



https://e-journal.uingusdur.ac.id/el_hisbah

Submitted: May 4, 2026

Revised: May 29, 2026

Published: May 30, 2026

Dominasi Platform Digital dan Ketimpangan Posisi Tawar Pelaku Usaha Kecil: Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Zainal Said

Institut Agama Islam Negeri Parepare

Adnan Hasan

Institut Agama Islam Negeri Parepare

Madina

Institut Agama Islam Negeri Parepare

zainalsaid@iainpare.ac.id

Abstract

The transformation of the digital economy has significantly reshaped market structures and business competition patterns, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This study aims to analyze the transformation of MSME market structures, the influence of digital platform dominance on the bargaining position of small business actors, and the effectiveness of regulations and government support in responding to digital economic development in the Ajatappareng region of South Sulawesi. This research employs a qualitative approach using socio-legal and empirical legal research methods. Data were collected through in-depth interviews with the Offices of Cooperatives and MSMEs, Trade Offices, Communication and Information Offices, Regional Legislative Councils (DPRD), and MSME actors in Parepare City, Barru Regency, Pinrang Regency, Sidenreng Rappang Regency, and Enrekang Regency. The findings reveal that MSMEs in Ajatappareng have become increasingly dependent on digital platforms such as Shopee, Tokopedia, Facebook, Instagram, TikTok, and WhatsApp Business for marketing and product distribution activities. While digitalization has expanded market access, the dominance of digital platforms through algorithms, rating systems, and paid promotional features has created unequal bargaining positions that disproportionately favor business actors with greater financial resources and digital capabilities. The study further finds that limited digital literacy, technological capacity, and reduced government empowerment programs following the 2025 budget efficiency policy have weakened MSMEs' ability to adapt to digital transformation. From the perspective of economic law, a regulatory gap remains regarding algorithmic transparency, platform accountability, and the protection of MSMEs' bargaining positions within the digital economy. The study concludes that digital economic transformation has not yet ensured equitable distribution of economic opportunities for MSMEs. Therefore, a reconstruction of digital economic policies and regulations is required to establish a more inclusive, affirmative, and equitable framework that strengthens MSME protection within the platform-based digital market ecosystem.



Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). All writings published in this journal are personal views of the author and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

Keywords: Ajatappareng; Digital Economy; Economic Law; Digital Platforms; Market Transformation; MSMEs.

Abstrak

Transformasi ekonomi digital telah mengubah struktur pasar UMKM melalui pergeseran aktivitas perdagangan dari pasar konvensional menuju ekosistem berbasis platform digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis perubahan struktur pasar UMKM, pengaruh dominasi platform digital terhadap posisi tawar pelaku usaha kecil, serta efektivitas regulasi dan dukungan pemerintah dalam pengembangan ekonomi digital di wilayah Ajatappareng, Sulawesi Selatan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode socio-legal dan hukum empiris. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan, Dinas Kominfo, DPRD, serta pelaku UMKM di Kota Parepare, Kabupaten Barru, Pinrang, Sidenreng Rappang, dan Enrekang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Ajatappareng semakin bergantung pada platform digital seperti Shopee, Tokopedia, Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business dalam aktivitas pemasaran dan distribusi produk. Meskipun digitalisasi memperluas akses pasar, dominasi platform melalui algoritma, sistem rating, dan promosi berbayar menciptakan ketimpangan posisi tawar yang cenderung menguntungkan pelaku usaha dengan modal dan kapasitas digital yang lebih tinggi. Penelitian juga menemukan bahwa keterbatasan literasi digital, akses teknologi, dan berkurangnya program pemberdayaan akibat efisiensi anggaran tahun 2025 memperlemah kemampuan adaptasi UMKM terhadap transformasi digital. Dari perspektif hukum ekonomi, terdapat kekosongan hukum terkait transparansi algoritma, akuntabilitas platform, dan perlindungan posisi tawar UMKM dalam ekosistem ekonomi digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi ekonomi digital belum sepenuhnya menciptakan distribusi peluang ekonomi yang adil bagi UMKM. Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi kebijakan dan regulasi yang lebih afirmatif, inklusif, dan berkeadilan guna memperkuat perlindungan UMKM dalam pasar digital.

Kata Kunci: Ajatappareng; Ekonomi Digital, Hukum Ekonomi; Platform Digital; Transformasi Pasar; UMKM.

Pendahuluan

Transformasi struktural yang signifikan menandai perkembangan ekonomi digital secara global dalam sistem produksi, distribusi, dan konsumsi berbasis teknologi informasi dan komunikasi, di mana digitalisasi mendorong perubahan pola industri melalui integrasi data, kecerdasan buatan, serta platform daring yang mempercepat efisiensi dan inovasi bisnis (Gupta, 2020; Matthess, 2020). Transformasi tersebut tidak hanya ditentukan oleh kemampuan dinamis perusahaan, tetapi juga oleh tekanan institusional global yang membentuk ulang strategi bisnis dalam ekosistem digital (Bradford, 2020; Farrell & Newman, 2019), sekaligus berkontribusi pada perubahan struktur ekonomi di negara berkembang melalui pergeseran dari sektor tradisional menuju sektor berbasis teknologi yang mempercepat restrukturisasi pasar dan tenaga kerja (Matthess, 2020). Perspektif keberlanjutan turut menegaskan bahwa kemampuan digital pada usaha kecil dan menengah (SMEs) menjadi faktor kunci dalam integrasi ekonomi sirkular global dan fondasi baru daya saing lintas negara (Chaudhuri, 2022). Korelasi antara ekonomi digital dan peningkatan produktivitas juga terlihat melalui pengembangan internet dan big data yang berdampak signifikan terhadap efisiensi industri serta restrukturisasi ekonomi (Wang et al., 2022), sementara inovasi teknologi berbasis data mendorong upgrading struktur industri dan

transformasi model bisnis (Chang et al., 2023). Peran adopsi teknologi digital semakin krusial dalam pencapaian pembangunan berkelanjutan karena memperkuat kapasitas organisasi menghadapi disrupsi global (Al-Emran & Griffy-Brown, 2023). Dinamika tersebut tercermin pula pada tingkat nasional, termasuk di Indonesia, melalui percepatan adopsi teknologi digital oleh pelaku usaha dan UMKM meskipun kesiapan serta kapasitas adaptasinya masih beragam (Lutfi, 2022), sehingga ekonomi digital tidak hanya menjadi fenomena struktural global, tetapi juga agenda strategis nasional yang menentukan arah pembangunan ekonomi dan keadilan pasar pada era transformasi digital.

Perubahan struktur pasar dalam era ekonomi digital menunjukkan pergeseran mendasar dari sistem pasar fisik yang berbasis interaksi langsung menuju model pasar berbasis platform digital yang terintegrasi melalui teknologi informasi. Transformasi ini ditandai oleh migrasi aktivitas perdagangan dari ruang-ruang konvensional seperti toko dan pasar tradisional menuju marketplace dan media digital yang mengandalkan algoritma serta sistem jaringan daring (Erwin et al., 2023). Digitalisasi memaksa pelaku usaha untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan distribusi agar tetap relevan dalam ekosistem platform yang semakin kompetitif (Putra et al., 2023). Mekanisme pasar dalam ekonomi berbasis platform tidak lagi bertumpu pada pertemuan fisik antara penjual dan pembeli, melainkan pada sistem intermediasi digital yang mengatur visibilitas, reputasi, dan transaksi melalui fitur teknologi. Pergeseran ini mengubah struktur relasi pasar dari hubungan horizontal antar pelaku usaha menjadi relasi vertikal yang dikendalikan oleh pemilik platform.

Perubahan struktur pasar ini juga membawa implikasi terhadap pola persaingan dan distribusi kekuatan ekonomi. Penggunaan media digital dalam persaingan usaha menciptakan struktur pasar yang cenderung terkonsentrasi pada pelaku yang memiliki akses terhadap modal dan teknologi yang lebih besar. Perubahan sistem distribusi produk semakin bergantung pada kanal digital yang memotong rantai distribusi tradisional namun sekaligus menciptakan ketergantungan baru terhadap platform digital (Dewi, 2022). Sementara itu, optimalisasi pemasaran digital dalam sektor ekonomi menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memiliki kemampuan adaptasi teknologi lebih tinggi cenderung memperoleh akses pasar yang lebih luas dibandingkan pelaku usaha kecil yang memiliki keterbatasan modal dan literasi digital (Sharabati et al., 2024). Dalam perspektif ekonomi digital, transformasi media dan platform digital membentuk konfigurasi kekuasaan baru di mana platform berperan sebagai pengendali akses pasar sekaligus regulator privat dalam ekosistem perdagangan digital (Khan, 2019). Dengan demikian, transformasi dari pasar fisik ke pasar platform bukan sekadar digitalisasi alat transaksi, melainkan perubahan paradigma tata kelola pasar yang berdampak pada struktur persaingan, distribusi keuntungan, dan posisi tawar pelaku usaha kecil dalam ekosistem ekonomi digital.

Transformasi ekonomi digital menghadirkan berbagai tantangan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam aspek teknologi, regulasi, dan pembiayaan. Dari sisi teknologi, banyak UMKM masih menghadapi keterbatasan infrastruktur digital seperti akses internet yang belum memadai, rendahnya akses terhadap teknologi modern, serta keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi digital (Mittal & Soriya, 2025; Sathyanarayana et al., 2026). Kondisi tersebut menyebabkan sebagian besar UMKM masih berada pada tahap awal kematangan digital dan belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal untuk meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, ancaman keamanan siber juga menjadi hambatan penting karena pelaku usaha sering merasa khawatir terhadap risiko kebocoran data dan kerugian finansial akibat serangan digital

(Rupeika-Apoga & Petrovska, 2022; Srivastava & Kandikonda, 2025). Dalam aspek regulasi, kebijakan pemerintah memiliki peran strategis dalam mendukung transformasi digital melalui subsidi, insentif pajak, dan program pendampingan. Namun, regulasi yang kompleks, prosedur administratif yang rumit, serta ketidakpastian kebijakan sering kali menjadi penghambat bagi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital secara efektif (Dhingra & Sardana, 2024; Eguia et al., 2025). Keterbatasan finansial dan rendahnya literasi digital juga semakin menambah tantangan transformasi ekonomi digital bagi UMKM (Yelfiarita et al., 2025). Banyak pelaku usaha belum memiliki kapasitas investasi yang memadai untuk mengadopsi teknologi digital, baik dalam bentuk perangkat keras, perangkat lunak, maupun sistem pemasaran berbasis digital. Tingginya biaya implementasi dan pemeliharaan teknologi menyebabkan UMKM kesulitan melakukan inovasi dan memperluas pasar melalui platform digital (Maharani et al., 2024). Selain itu, rendahnya kemampuan digital pemilik usaha dan tenaga kerja membuat proses adaptasi terhadap teknologi berjalan lambat. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital melalui pelatihan, workshop, kursus daring, dan program pendampingan menjadi langkah penting untuk memperkuat kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital (Coco et al., 2024). Melalui dukungan literasi yang memadai, UMKM akan lebih adaptif dalam menghadapi perubahan pasar, mampu meningkatkan efisiensi usaha, serta memiliki daya saing yang lebih kuat dalam ekosistem ekonomi digital.

Ketimpangan posisi tawar dalam ekonomi digital semakin nyata ketika platform digital berperan sebagai *intermediary* yang menentukan aturan pasar melalui algoritma, sistem rating, dan kebijakan komisi. Algoritma platform berfungsi mengatur interaksi antar pengguna, menentukan visibilitas produk, prioritas pencarian, hingga distribusi peluang transaksi, sehingga sering kali menciptakan ketimpangan kekuasaan yang lebih menguntungkan pelaku usaha besar yang memiliki akses data, modal, dan kemampuan promosi yang lebih kuat dibandingkan pelaku usaha kecil (Banhashemi, 2026; Ferrari & Graham, 2021; Kenney et al., 2019). Meskipun pengguna atau penyedia jasa masih memiliki ruang untuk menyesuaikan atau memengaruhi mekanisme algoritma, kendali platform terhadap infrastruktur digital tetap menempatkan mereka pada posisi dominan dalam menentukan dinamika pasar. Selain itu, kebijakan komisi yang tinggi juga dapat mengurangi margin keuntungan pelaku usaha kecil sehingga memperlemah kemampuan mereka dalam bersaing dengan perusahaan besar yang lebih mampu menyerap biaya tersebut (Huang & Xu, 2026; Smith & Healey, 2024). Penerapan sistem komisi dinamis berdasarkan kondisi pasar semakin menciptakan ketidakpastian bagi penyedia jasa berskala kecil dan memperkuat ketergantungan mereka terhadap platform (Raj & Eggers, 2026). Perkembangan platform digital juga telah mengubah struktur persaingan pasar dengan meningkatkan konsentrasi kekuasaan ekonomi pada sejumlah platform dominan, yang berdampak pada meningkatnya tekanan kompetisi dan berkurangnya ruang bagi pelaku usaha kecil untuk berkembang. Kondisi ini diperparah oleh kontrak sepihak yang umumnya ditetapkan platform tanpa ruang negosiasi yang seimbang, sehingga posisi tawar penyedia jasa kecil menjadi semakin lemah (D'Alessio, 2020). Dari perspektif etika, penggunaan algoritma juga menimbulkan persoalan keadilan dan kesetaraan karena bias dalam sistem digital berpotensi memperkuat ketimpangan yang sudah ada, khususnya terhadap kelompok rentan dan pelaku usaha kecil (Coron & Porcher, 2026; Dall'Acqua, 2025). Oleh karena itu, diperlukan kerangka regulasi yang lebih adaptif dan berkeadilan guna memastikan bahwa tata kelola platform digital tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mampu menciptakan distribusi peluang ekonomi yang lebih setara dan

melindungi kelompok usaha yang berada pada posisi lemah dalam ekosistem digital.

Secara normatif, Indonesia telah membangun kerangka hukum ekonomi digital melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, serta Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. Regulasi tersebut mencerminkan komitmen negara dalam menciptakan kepastian hukum, perlindungan konsumen, dan tata kelola transaksi elektronik yang aman dan terpercaya (Priliasari, 2023). Namun, perkembangan ekonomi digital yang semakin didominasi oleh platform digital menunjukkan adanya kesenjangan antara desain regulasi dan realitas pasar. Sebagian besar instrumen hukum yang berlaku masih berorientasi pada legalitas usaha, kepatuhan administratif, perlindungan data, dan keamanan transaksi, sementara persoalan ketimpangan kekuasaan ekonomi yang muncul dalam relasi antara platform dan UMKM belum memperoleh pengaturan yang memadai. Regulasi PMSE, misalnya, belum mengatur secara spesifik transparansi algoritma, mekanisme penentuan visibilitas produk, penggunaan data pelaku usaha oleh platform, maupun praktik self-preferencing yang berpotensi menciptakan persaingan tidak seimbang. Akibatnya, platform digital memiliki ruang yang sangat besar untuk berfungsi sebagai regulator privat yang menentukan akses pasar, distribusi informasi, dan peluang transaksi tanpa pengawasan regulatif yang proporsional (Mu'minin, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa kerangka hukum ekonomi digital di Indonesia masih berfokus pada penciptaan efisiensi pasar dan pertumbuhan ekonomi, tetapi belum sepenuhnya mengakomodasi prinsip keadilan ekonomi dan perlindungan terhadap pelaku usaha kecil yang berada dalam posisi struktural yang lebih lemah (Suwardiyati & Ganindha, 2023). Dengan demikian, isu hukum utama dalam ekonomi digital saat ini bukan lagi sekadar kepastian hukum transaksi elektronik, melainkan bagaimana hukum mampu merespons konsentrasi kekuasaan ekonomi berbasis data dan algoritma agar transformasi digital tidak menghasilkan bentuk baru marginalisasi UMKM dalam pasar digital.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sulawesi Selatan memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja, peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), serta pengurangan tingkat kemiskinan masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan jumlah aset dan pendapatan tahunan, dengan karakteristik utama mempekerjakan kurang dari 250 tenaga kerja dan bergerak di berbagai sektor seperti kerajinan tangan, pertanian, industri makanan, hingga perdagangan lokal (Ilyas et al., 2017; Kadir, 2016). Daerah seperti Wajo, Sidrap, dan Soppeng dikenal dengan UMKM kerajinan sutra yang mencerminkan kekuatan ekonomi berbasis budaya lokal. Meskipun demikian, UMKM di Sulawesi Selatan masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses pembiayaan akibat persyaratan kredit yang ketat, tingginya persaingan dengan perusahaan besar dan produk impor, kompleksitas regulasi perizinan dan perpajakan, serta rendahnya akses terhadap teknologi dan pemasaran digital (Al Anshori & Ahamat, 2019; Fadhlillah & Desiana, 2022). Faktor budaya dan sosial juga memengaruhi pola operasional UMKM karena relasi sosial dan ikatan komunitas yang kuat dapat memperkuat jaringan usaha, tetapi pada saat yang sama berpotensi menghambat inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar modern (Fadhlillah & Desiana, 2022). Dalam konteks ini, pemerintah telah mengembangkan berbagai program dukungan berupa bantuan pembiayaan, pelatihan kewirausahaan, dan penguatan kapasitas usaha, namun efektivitasnya masih memerlukan peningkatan melalui koordinasi yang lebih terintegrasi

antara akses modal, pelatihan, dan perluasan pasar. Oleh karena itu, pengembangan UMKM di Sulawesi Selatan membutuhkan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial, budaya, teknologi, dan keberlanjutan usaha agar UMKM mampu bertahan dan bersaing di tengah dinamika ekonomi digital yang semakin kompleks.

Urgensi akademik penelitian mengenai ekonomi digital dan marginalisasi UMKM di Sulawesi Selatan terletak pada kebutuhan membangun kerangka analisis yang mampu menjembatani transformasi teknologi dengan prinsip keadilan ekonomi. Literatur ekonomi digital selama ini lebih dominan menekankan aspek inovasi, efisiensi, dan pertumbuhan, sedangkan dimensi ketimpangan struktural serta perlindungan pelaku usaha kecil belum memperoleh perhatian yang proporsional, khususnya dari perspektif hukum ekonomi. Perubahan struktur pasar berbasis platform telah melahirkan konfigurasi kekuasaan baru yang memengaruhi distribusi keuntungan, akses pasar, dan posisi tawar pelaku usaha kecil. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk memperkuat teori hukum ekonomi yang responsif terhadap disrupsi digital sekaligus memperkaya pengembangan hukum ekonomi dalam merespons dinamika ekonomi kontemporer. Dari sisi kebijakan publik, transformasi digital yang berlangsung cepat juga menuntut formulasi regulasi yang lebih inklusif dan berkeadilan agar tidak memperlebar kesenjangan antara pelaku usaha besar dan UMKM. Pemerintah daerah maupun nasional memerlukan landasan empiris dan konseptual guna merancang program peningkatan literasi digital, dukungan pembiayaan, serta regulasi platform yang mampu menciptakan keseimbangan relasi ekonomi. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi strategis dalam menyediakan dasar argumentatif bagi perumusan kebijakan publik yang berorientasi pada keadilan sosial dan keberlanjutan ekonomi lokal di tengah ekspansi ekonomi digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian hukum empiris dan socio-legal research yang bertujuan menganalisis transformasi ekonomi digital serta marginalisasi UMKM dalam struktur pasar berbasis platform di Sulawesi Selatan. Pendekatan socio-legal digunakan karena penelitian tidak hanya berfokus pada kajian normatif terhadap regulasi ekonomi digital, tetapi juga menelaah implementasi hukum, relasi kekuasaan dalam platform digital, serta dampak sosial-ekonomi yang dialami pelaku UMKM. Penelitian ini diarahkan untuk memahami bagaimana digitalisasi pasar memengaruhi posisi tawar UMKM, distribusi peluang ekonomi, dan pola persaingan usaha dalam ekosistem ekonomi digital. Perspektif hukum ekonomi digunakan untuk mengkaji keterkaitan antara regulasi, struktur pasar digital, dan prinsip keadilan ekonomi dalam perlindungan pelaku usaha kecil.

Wilayah penelitian mencakup Provinsi Sulawesi Selatan dengan fokus sampel penelitian pada kawasan Ajatappareng yang meliputi Kota Parepare, Kabupaten Sidenreng Rappang, Kabupaten Pinrang, Kabupaten Barru, dan Kabupaten Enrekang. Pemilihan kawasan Ajatappareng didasarkan pada karakteristik wilayah yang memiliki basis ekonomi lokal berbasis UMKM tradisional, namun dalam beberapa tahun terakhir mengalami percepatan transformasi digital melalui penggunaan marketplace, media sosial, dan layanan pembayaran digital. Kawasan ini dinilai representatif untuk menggambarkan dinamika adaptasi UMKM terhadap ekonomi digital sekaligus melihat potensi marginalisasi yang muncul akibat dominasi platform digital dan ketimpangan akses teknologi.

Subjek penelitian terdiri atas pelaku UMKM, pemerintah daerah, akademisi, komunitas bisnis, dan pihak lain yang terlibat dalam aktivitas ekonomi digital di Sulawesi Selatan. Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan keterlibatan, pengalaman, serta pemahaman informan terhadap praktik ekonomi digital dan penggunaan platform digital dalam aktivitas usaha. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali informasi mengenai pengalaman UMKM dalam menggunakan platform digital, hambatan yang dihadapi, pengaruh algoritma terhadap pemasaran produk, serta dampak regulasi ekonomi digital terhadap keberlangsungan usaha. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung praktik perdagangan digital dan interaksi ekonomi masyarakat, sedangkan studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah regulasi, laporan pemerintah, data statistik, artikel ilmiah, dan dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian.

Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan perspektif hukum ekonomi dan teori keadilan distributif untuk memahami bagaimana struktur pasar digital membentuk relasi kekuasaan serta distribusi peluang ekonomi bagi UMKM. Validitas data dilakukan melalui teknik triangulasi sumber, triangulasi metode, dan pengecekan silang antara hasil wawancara dengan dokumen pendukung. Pendekatan analisis ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai dampak transformasi ekonomi digital terhadap UMKM di Sulawesi Selatan, khususnya di kawasan Ajatappareng, sekaligus memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih adaptif, inklusif, dan berkeadilan dalam tata kelola ekonomi digital di Indonesia

Hasil dan Pembahasan

Transformasi Ekonomi Digital dan Perubahan Struktur Pasar UMKM di Ajatappareng

Transformasi ekonomi digital telah menjadi salah satu faktor utama yang mengubah struktur ekonomi global maupun lokal melalui integrasi teknologi digital dalam sistem produksi, distribusi, dan konsumsi. Digitalisasi tidak lagi dipahami sekadar sebagai penggunaan teknologi dalam aktivitas bisnis, melainkan sebagai perubahan struktural yang memengaruhi model bisnis, pola interaksi pasar, serta distribusi kekuasaan ekonomi dalam ekosistem digital. Plekhanov menjelaskan bahwa transformasi digital mendorong perusahaan untuk merekonstruksi strategi bisnis, pola operasi, dan mekanisme penciptaan nilai agar mampu beradaptasi dengan ekosistem digital yang semakin dinamis (Plekhanov et al., 2023). Dalam konteks UMKM, transformasi digital menjadi instrumen penting untuk meningkatkan efisiensi, memperluas akses pasar, serta memperkuat daya saing usaha. Namun demikian, kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital sangat dipengaruhi oleh kapasitas sumber daya, literasi digital, akses pembiayaan, dan dukungan kelembagaan yang dimiliki. Penelitian Kahveci menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM sangat bergantung pada digital awareness, digital strategy, dan organizational flexibility, sementara keterbatasan sumber daya menjadi hambatan utama bagi UMKM dalam mencapai kematangan digital (Kahveci, 2025).

Kondisi tersebut tercermin pada dinamika UMKM di wilayah Ajatappareng, Sulawesi Selatan, yang meliputi Kota Parepare, Kabupaten Barru, Sidenreng Rappang, Pinrang, dan Enrekang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Koperasi, Dinas Perdagangan, Dinas Kominfo, DPRD, dan pelaku UMKM, transformasi ekonomi digital mulai mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital sebagai strategi mempertahankan keberlangsungan usaha pasca pandemi COVID-19. Akan

tetapi, tingkat adaptasi digital UMKM di wilayah ini masih menunjukkan kesenjangan yang cukup besar. Data pemerintah daerah menunjukkan bahwa jumlah UMKM yang terdaftar cukup signifikan, seperti Kabupaten Barru sebanyak 15.231 pelaku UMKM dan Kabupaten Enrekang sebanyak 917 UMKM pada tahun 2025, namun sebagian besar pelaku usaha masih berada pada tahap awal transformasi digital. Pemanfaatan platform digital umumnya masih terbatas pada promosi sederhana melalui media sosial dan komunikasi daring dengan konsumen, sedangkan penggunaan fitur strategis seperti optimasi marketplace, *digital analytics*, dan pemasaran berbasis algoritma masih sangat rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi di Ajatappareng lebih banyak terjadi pada level instrumentalisasi teknologi dibandingkan transformasi model bisnis secara menyeluruh.

Fenomena tersebut sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM di negara berkembang cenderung menghadapi persoalan kapasitas adaptasi dan ketimpangan akses teknologi. Penelitian Nazaruddin (2024) menegaskan bahwa digitalisasi UMKM sering kali terhambat oleh keterbatasan kapabilitas teknologi, lemahnya inovasi model bisnis, dan rendahnya kemampuan manajemen informasi digital (Nazaruddin et al., 2024). Penelitian Indra Muis (2025) mengenai UMKM di Indonesia juga menemukan bahwa literasi digital dan dukungan infrastruktur menjadi faktor dominan yang menentukan keberhasilan transformasi digital pelaku usaha kecil (Muis, 2025). Akan tetapi, konteks Ajatappareng menunjukkan karakteristik yang lebih kompleks dibandingkan beberapa penelitian sebelumnya karena transformasi digital berlangsung dalam struktur ekonomi lokal yang masih sangat dipengaruhi oleh relasi sosial dan budaya komunitas Bugis. Sistem ekonomi lokal berbasis jaringan sosial, kedekatan personal, dan pola perdagangan tradisional menyebabkan sebagian pelaku UMKM masih memandang digitalisasi sebagai pelengkap aktivitas usaha, bukan sebagai kebutuhan strategis dalam restrukturisasi model bisnis. Dengan demikian, transformasi ekonomi digital di Ajatappareng tidak hanya menghadirkan tantangan teknologi, tetapi juga persoalan adaptasi sosial dan perubahan budaya ekonomi masyarakat lokal.

Selain persoalan kapasitas digital, transformasi ekonomi digital juga mengubah mekanisme pasar yang selama ini menjadi basis aktivitas UMKM di wilayah Ajatappareng. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha mulai memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business serta marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk memasarkan produk dan menjangkau konsumen di luar wilayah lokal. Perubahan ini menandai pergeseran dari sistem perdagangan tradisional yang sebelumnya bertumpu pada interaksi langsung antara penjual dan pembeli menuju sistem pemasaran digital yang sangat dipengaruhi oleh mekanisme platform. Dalam ekosistem tersebut, visibilitas produk tidak lagi semata-mata ditentukan oleh kualitas produk atau kedekatan geografis dengan konsumen, tetapi juga oleh algoritma platform yang mengatur urutan pencarian, rekomendasi produk, jumlah interaksi pengguna, ulasan pelanggan, dan efektivitas promosi berbayar (Shatkin, 2021). Kondisi ini terlihat dari pengakuan sejumlah pelaku UMKM yang menyatakan bahwa peningkatan penjualan sering kali bergantung pada kemampuan meningkatkan engagement konten, memperoleh ulasan positif, atau menggunakan fitur promosi yang disediakan marketplace dan media sosial. Akan tetapi, kemampuan memanfaatkan mekanisme tersebut masih sangat dipengaruhi oleh modal promosi, literasi digital, dan penguasaan teknologi. Pelaku usaha yang memiliki sumber daya lebih besar cenderung lebih mudah memanfaatkan fitur iklan berbayar, optimasi konten, dan analisis pasar digital sehingga memperoleh visibilitas yang lebih tinggi

dibandingkan UMKM tradisional yang masih mengandalkan pemasaran konvensional. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi pasar di Ajatappareng tidak serta-merta menciptakan akses yang setara bagi seluruh pelaku usaha, melainkan berpotensi membentuk ketimpangan baru yang bersumber dari perbedaan kemampuan mengakses, memahami, dan memanfaatkan mekanisme algoritmik dalam platform digital.

Pada sisi kebijakan, hasil wawancara menunjukkan bahwa pemerintah daerah sebenarnya telah berupaya mendukung transformasi digital UMKM melalui pelatihan, bantuan usaha, dan program pendampingan. Namun, kebijakan efisiensi anggaran tahun 2025 menyebabkan banyak program penguatan kapasitas UMKM mengalami pengurangan signifikan. Program pelatihan digital, bantuan pemasaran, dan pendampingan usaha tidak lagi berjalan optimal, sementara bantuan yang tersedia lebih banyak berasal dari pemerintah pusat dalam bentuk alat produksi. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya ketimpangan antara percepatan transformasi ekonomi digital dengan kesiapan kebijakan daerah dalam memperkuat kapasitas adaptasi UMKM. Temuan ini berbeda dengan penelitian Carolin (2026) yang menunjukkan bahwa *strategic entrepreneurship* dan dukungan kelembagaan mampu memperkuat ketahanan UMKM dalam ekonomi digital apabila diikuti dengan penguatan kapasitas inovasi dan literasi digital secara berkelanjutan (Camps et al., 2026). Dengan demikian, transformasi ekonomi digital di Ajatappareng tidak hanya merupakan proses adopsi teknologi, tetapi juga restrukturisasi pasar yang mengubah distribusi kekuasaan ekonomi melalui platform digital. Namun, perubahan tersebut belum diimbangi oleh kerangka hukum yang memadai. Masih terdapat kekosongan hukum terkait transparansi algoritma, perlindungan posisi tawar UMKM, dan pengawasan terhadap dominasi platform dalam menentukan akses pasar. Akibatnya, transformasi digital berpotensi memperkuat ketimpangan ekonomi dan marginalisasi UMKM apabila tidak disertai kebijakan yang lebih afirmatif dan berkeadilan.

Dominasi Platform Digital dan Ketimpangan Posisi Tawar UMKM

Perkembangan ekonomi digital telah melahirkan struktur pasar baru yang semakin bertumpu pada dominasi platform digital sebagai *intermediary* dalam aktivitas perdagangan dan distribusi ekonomi. Platform digital tidak hanya berfungsi sebagai ruang transaksi antara penjual dan konsumen, tetapi juga berperan sebagai pengendali akses pasar melalui algoritma, sistem rating, mekanisme pencarian, serta kebijakan komisi yang menentukan visibilitas produk dan peluang transaksi. Dalam perspektif *platform economy*, kekuasaan ekonomi tidak lagi semata-mata ditentukan oleh kepemilikan modal fisik, tetapi juga oleh penguasaan data, algoritma, dan infrastruktur digital. Srnicek (2021) menjelaskan bahwa *platform capitalism* menciptakan bentuk akumulasi ekonomi baru berbasis kontrol data dan intermediasi digital yang memungkinkan platform memiliki posisi dominan dalam mengatur relasi pasar (Srnicek, 2016). Dominasi tersebut menyebabkan relasi ekonomi antara pemilik platform dan pelaku usaha kecil menjadi semakin asimetris karena platform memiliki kewenangan menentukan aturan distribusi informasi, prioritas pencarian produk, hingga pola interaksi konsumen dalam pasar digital.

Fenomena tersebut terlihat secara nyata pada dinamika UMKM di wilayah Ajatappareng, Sulawesi Selatan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM, penggunaan marketplace dan media sosial memang membantu memperluas jangkauan pemasaran produk, namun pada saat yang sama menciptakan ketergantungan baru terhadap mekanisme platform digital. Pelaku usaha mengakui bahwa peluang transaksi sangat dipengaruhi oleh algoritma platform, jumlah ulasan konsumen, intensitas promosi berbayar, serta kemampuan optimasi konten digital. Akibatnya, UMKM yang memiliki

keterbatasan modal promosi dan literasi digital mengalami kesulitan bersaing dengan pelaku usaha yang lebih besar dan lebih adaptif terhadap teknologi. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital belum sepenuhnya menciptakan demokratisasi pasar, tetapi justru membentuk struktur persaingan baru yang cenderung menguntungkan pelaku usaha dengan kapasitas modal dan penguasaan teknologi yang lebih tinggi.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Ferrari dan Graham (2021) yang menegaskan bahwa platform digital membentuk *asymmetrical power relations* karena pengelola platform memiliki kontrol terhadap data, algoritma, dan mekanisme distribusi pasar, sementara pelaku usaha kecil berada pada posisi yang lebih bergantung terhadap sistem platform (Ferrari & Graham, 2021). Penelitian Kenney dan Zysman (2019) juga menunjukkan bahwa ekonomi berbasis platform menciptakan konsentrasi kekuasaan ekonomi pada sejumlah perusahaan digital besar yang memiliki kemampuan mengendalikan akses pasar dan perilaku konsumen secara sistemik (Kenney et al., 2019). Dalam konteks Ajatappareng, dominasi platform terlihat dari meningkatnya ketergantungan pelaku UMKM terhadap marketplace sebagai sarana utama pemasaran produk, sementara kemampuan mereka dalam memahami mekanisme algoritma dan strategi digital marketing masih sangat terbatas. Sebagian besar pelaku usaha hanya memanfaatkan platform untuk promosi dasar tanpa kemampuan mengoptimalkan fitur analitik, iklan digital, maupun strategi positioning produk. Akibatnya, produk UMKM lokal sering kali kalah bersaing dalam sistem pencarian dan rekomendasi platform dibandingkan produk dari pelaku usaha yang memiliki modal promosi lebih besar.

Ketimpangan posisi tawar UMKM juga diperkuat oleh keterbatasan dukungan kelembagaan dan kapasitas pemerintah daerah dalam menghadapi percepatan ekonomi digital. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Koperasi, Dinas Kominfo, dan DPRD di wilayah Ajatappareng, kebijakan efisiensi anggaran tahun 2025 menyebabkan berbagai program peningkatan kapasitas digital UMKM mengalami pengurangan signifikan. Program pelatihan pemasaran digital, pendampingan usaha, serta penguatan literasi teknologi tidak lagi berjalan optimal, sehingga sebagian besar pelaku UMKM harus beradaptasi secara mandiri terhadap perubahan sistem pasar digital. Bantuan pemerintah yang tersedia lebih banyak berupa alat produksi dibandingkan penguatan kapasitas digital dan strategi pemasaran berbasis teknologi. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya ketimpangan antara percepatan ekspansi platform digital dengan kesiapan kelembagaan lokal dalam melindungi dan memperkuat kapasitas UMKM.

Dari perspektif hukum ekonomi syariah, dominasi platform digital yang mengendalikan akses pasar, data, dan visibilitas produk berpotensi menciptakan ketimpangan yang bertentangan dengan prinsip keadilan ekonomi Islam. Penguasaan algoritma oleh platform menyebabkan distribusi peluang usaha tidak selalu berlangsung secara proporsional, sehingga UMKM yang memiliki keterbatasan modal dan literasi digital berada pada posisi yang lebih rentan dibandingkan pelaku usaha besar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mekanisme pasar digital tidak sepenuhnya berjalan dalam kerangka persaingan yang seimbang, melainkan berpotensi melahirkan praktik yang mengarah pada ketidakadilan struktural (*zulm*) dalam distribusi manfaat ekonomi. Dalam perspektif maqāsid al-syarī'ah, situasi ini tidak hanya berkaitan dengan efisiensi pasar, tetapi juga menyangkut perlindungan harta (*hifz al-mal*), pemerataan kesempatan berusaha, dan pencapaian kemaslahatan ekonomi bagi seluruh pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi ekonomi digital yang berlandaskan prinsip keadilan (*al-'adl*), kemaslahatan (*maslahah*), dan perlindungan terhadap pihak yang lemah agar transformasi digital tidak

memperbesar kesenjangan ekonomi, tetapi mampu mendorong terciptanya ekosistem pasar digital yang inklusif dan berkeadilan.

Efektivitas Regulasi dan Dukungan Pemerintah terhadap UMKM dalam Ekonomi Digital

Transformasi ekonomi digital mendorong negara untuk membangun kerangka regulasi yang mampu mengatur dinamika perdagangan berbasis platform sekaligus melindungi pelaku usaha kecil dalam ekosistem digital. Di Indonesia, regulasi terkait ekonomi digital telah mengalami perkembangan melalui berbagai kebijakan seperti Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 mengenai perizinan dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan digital. Kehadiran regulasi tersebut menunjukkan adanya komitmen negara dalam menciptakan kepastian hukum, perlindungan konsumen, dan tata kelola perdagangan digital yang lebih tertib. Menurut Priliasari (2023), regulasi ekonomi digital di Indonesia secara umum masih berfokus pada legalitas transaksi elektronik, perlindungan data, dan pengawasan aktivitas perdagangan digital, namun belum secara spesifik mengatur ketimpangan relasi ekonomi antara platform digital dan UMKM (Priliasari, 2023).

Dalam praktiknya, efektivitas regulasi ekonomi digital di tingkat daerah masih menghadapi berbagai keterbatasan struktural. Berdasarkan hasil wawancara dengan DPRD, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Kominfo, serta Dinas Perdagangan di wilayah Ajatappareng, pemerintah daerah pada dasarnya telah menjalankan fungsi legislasi dan pemberdayaan UMKM melalui pembentukan berbagai program pengembangan usaha serta penerbitan Peraturan Daerah (PERDA) terkait UMKM. Akan tetapi, implementasi kebijakan tersebut belum berjalan optimal akibat keterbatasan anggaran daerah, khususnya setelah kebijakan efisiensi anggaran tahun 2025. Kondisi tersebut berdampak langsung pada berkurangnya program pelatihan digital, pendampingan usaha, bantuan pemasaran, dan penguatan kapasitas UMKM. Sebagian besar informan menyatakan bahwa bantuan pemerintah yang masih tersedia lebih banyak berasal dari kementerian di tingkat pusat dan umumnya berbentuk bantuan alat produksi dibandingkan penguatan kemampuan digital dan strategi pemasaran berbasis teknologi.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara percepatan transformasi ekonomi digital dengan kapasitas kelembagaan pemerintah daerah dalam mendukung adaptasi UMKM. Secara empiris, para pelaku UMKM di Ajatappareng mengungkapkan bahwa perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha pasca pandemi COVID-19 mengalami penurunan dibandingkan periode sebelumnya. Padahal, percepatan digitalisasi pasar menuntut peningkatan kapasitas adaptasi pelaku usaha, khususnya dalam literasi digital, pemasaran berbasis platform, dan penguasaan teknologi informasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Eguia (2025) yang menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM sangat dipengaruhi oleh dukungan kelembagaan, konsistensi kebijakan, dan keberlanjutan program pendampingan digital (Eguia et al., 2025). Penelitian Dhingra dan Sardana (2024) juga menunjukkan bahwa regulasi digital yang terlalu administratif tanpa dukungan penguatan kapasitas justru memperbesar kesenjangan adaptasi teknologi antara UMKM dan perusahaan besar (Dhingra & Sardana, 2024).

Situasi tersebut memperlihatkan bahwa regulasi ekonomi digital di Indonesia masih cenderung berorientasi pada stabilitas transaksi dan pertumbuhan ekonomi dibandingkan perlindungan terhadap ketimpangan struktural dalam platform economy. Suwardiyati dan Ganindha (2023) menjelaskan bahwa regulasi perdagangan digital di Indonesia belum

se penuhnya mengakomodasi perlindungan terhadap posisi tawar UMKM dalam relasi ekonomi digital yang asimetris (Suwardiyati & Ganindha, 2023). Akibatnya, hukum berfungsi lebih sebagai instrumen administratif dan fasilitator pasar dibandingkan instrumen afirmatif untuk menciptakan keadilan ekonomi digital. Dalam konteks Ajatappareng, kondisi ini terlihat dari belum adanya kebijakan daerah yang secara khusus mengatur penguatan posisi tawar UMKM terhadap dominasi platform digital, transparansi algoritma, maupun perlindungan terhadap persaingan usaha yang tidak seimbang. Oleh karena itu, diperlukan reorientasi kebijakan ekonomi digital yang tidak hanya berfokus pada perluasan pasar dan legalitas perdagangan elektronik, tetapi juga memperkuat literasi digital, akses pembiayaan, perlindungan usaha kecil, dan penguatan kapasitas kelembagaan daerah agar transformasi ekonomi digital dapat berjalan lebih inklusif dan berkeadilan.

Simpulan

Transformasi ekonomi digital telah mengubah struktur pasar UMKM di wilayah Ajatappareng, Sulawesi Selatan, melalui pergeseran aktivitas ekonomi dari sistem perdagangan konvensional menuju ekosistem pasar berbasis platform digital yang mengandalkan algoritma, marketplace, dan media sosial sebagai instrumen utama distribusi dan pemasaran produk. Digitalisasi membuka peluang perluasan akses pasar dan efisiensi usaha, namun pada saat yang sama juga menciptakan struktur persaingan baru yang cenderung menguntungkan pelaku usaha dengan modal, akses teknologi, dan kapasitas digital yang lebih tinggi. Dominasi platform digital melalui algoritma, sistem rating, dan kebijakan komisi memperkuat ketimpangan posisi tawar UMKM karena sebagian besar pelaku usaha lokal masih menghadapi keterbatasan literasi digital, kemampuan teknologi, dan akses pembiayaan. Dari sisi regulasi, pemerintah daerah dan DPRD di wilayah Ajatappareng telah menjalankan fungsi legislasi dan pemberdayaan UMKM melalui berbagai regulasi dan program pengembangan usaha, namun implementasinya belum optimal akibat keterbatasan anggaran daerah, khususnya pasca efisiensi anggaran tahun 2025 yang berdampak pada menurunnya program pelatihan, pendampingan digital, dan penguatan kapasitas usaha. Akibatnya, regulasi ekonomi digital yang ada masih lebih berorientasi pada aspek administratif dan pertumbuhan ekonomi dibandingkan perlindungan terhadap ketimpangan struktural dalam platform economy. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan ekonomi digital yang lebih afirmatif, adaptif, dan berkeadilan melalui penguatan literasi digital, dukungan pembiayaan, perlindungan terhadap posisi tawar UMKM, serta penguatan kapasitas kelembagaan daerah agar transformasi ekonomi digital tidak memperbesar marginalisasi pelaku usaha kecil dalam struktur pasar digital.

Daftar Pustaka

- Al-Emran, M., & Griffy-Brown, C. (2023). The role of technology adoption in sustainable development: Overview, opportunities, challenges, and future research agendas. *Technology in Society*, 73, 102240. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102240>
- Al Anshori, M. R., & Ahamat, H. (2019). The use of customs law and regulation to support the development of small and medium enterprises: Evidence from Indonesia. *World Customs Journal*, 13(1), 129–140. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85070440888&partnerID=40&md5=bfa0848441e6aad45aec043f422925c6>
- Banihashemi, S. (2026). Digital platformization in construction: Micro-entrepreneurial empowerment or concentration of intermediation power? *Journal of Business Venturing Insights*, 25. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2026.e00624>
- Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect*. Oxford University Press New York. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190088583.001.0001>
- Camps, C., Kraus, S., Thomas, A., Tiberius, V., & Jones, P. (2026). Digital Entrepreneurship: A review, research synthesis, and development of a framework. *Technology in Society*, 84, 103124. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.103124>
- Chang, H., Ding, Q., Zhao, W., Hou, N., & Liu, W. (2023). The digital economy, industrial structure upgrading, and carbon emission intensity — empirical evidence from China's provinces. *Energy Strategy Reviews*, 50, 101218. <https://doi.org/10.1016/j.esr.2023.101218>
- Coco, N., Colapinto, C., & Finotto, V. (2024). Fostering digital literacy among small and micro-enterprises: digital transformation as an open and guided innovation process. *R and D Management*, 54(1), 118–136. <https://doi.org/10.1111/radm.12645>
- Coron, C., & Porcher, S. (2026). Ethical Considerations in Algorithm Construction: Evidence from Two Human-Resources Algorithms. *Management (France)*, 29(1), 7–20. <https://doi.org/10.37725/mgmt.2025.9830>
- D'Alessio, A. (2020). Online platforms: new vulnerabilities to be addressed in the European legal framework. Platform to business user relations. *European Journal of Privacy Law and Technologies*, 2020(2), 36–52. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85182462418&partnerID=40&md5=ec623e26c72341853441abea1d49c01c>
- Dall'Acqua, L. (2025). Ethical and Legal Implications of Leadership in an AI-Dominated Context. In *Navigating Complexity, AI, and Legal Challenges in Organizations* (pp. 77–94). <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-2419-7.ch004>
- Dewi, S. P. (2022). Perubahan Distribusi Produk Hasil Peternakan terhadap Media Digital dalam Pemenuhan Kebutuhan Konsumen di Era Pandemi di Beberapa wilayah di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 13(3), 281–291. <https://doi.org/10.29244/jmo.v13i3.42465>
- Dhingra, K., & Sardana, K. D. (2024). Deterrents to Digital Sustainability in MSMEs. In *Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis* (Vol. 113B, pp. 43–56). <https://doi.org/10.1108/S1569-37592024000113B004>
- Eguia, I., Wilson, J. R., Cuenca-Amigo, M., Mosquera-López, S., & Bohórquez Correa, S. (2025). Barriers to the digital transformation of cultural and creative industry MSMEs: the case of the Basque country. *Competitiveness Review*, 1–20. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2025-0028>
- Erwin, E., Pasaribu, A. W., Novel, N. J. A., Thaha, A. R., & ... (2023). *Transformasi Digital*. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=SXTCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA30&dq>

- =transformasi+pemilihan+perguruan+tinggi+strategi+media+sosial+influencer+dan+konten+promosi&ots=bZARwUbBYK&sig=J3rxoCsOsSV-9rRialZ-PwDvorc
- Fadhllillah, R., & Desiana, P. M. (2022). The mediating roles of work-life balance, affective commitment, and intrinsic motivation in achieving MSEs performance. *International Journal of Trade and Global Markets*, 15(3), 332–347. <https://doi.org/10.1504/IJTGM.2022.124057>
- Farrell, H., & Newman, A. L. (2019). Weaponized Interdependence: How Global Economic Networks Shape State Coercion. *International Security*, 44(1), 42–79. https://doi.org/10.1162/isec_a_00351
- Ferrari, F., & Graham, M. (2021). Fissures in algorithmic power: platforms, code, and contestation. *Cultural Studies*, 35(4–5), 814–832. <https://doi.org/10.1080/09502386.2021.1895250>
- Gupta, S. (2020). Dynamic capabilities and institutional theories for Industry 4.0 and digital supply chain. *Supply Chain Forum*, 21(3), 139–157. <https://doi.org/10.1080/16258312.2020.1757369>
- Huang, X., & Xu, F. (2026). Dynamic commission pricing of platform enterprises considering demand fluctuation under aggregation mode. *Journal of Industrial Engineering and Engineering Management*, 40(1), 232–248. <https://doi.org/10.13587/j.cnki.jieem.2026.01.016>
- Ilyas, G. B., Munir, A. R., & Sobarsyah, M. (2017). Role of strategic leadership, entrepreneurial orientation, and innovation on small and medium enterprises performance. *International Journal of Economic Research*, 14(15), 61–72. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85057638107&partnerID=40&md5=57ff32cb50c59bde059637a51f03956>
- Kadir, N. (2016). The mediation effect of strategic competitiveness on government policy, entrepreneurial orientation and marketing strategy towards marketing performance of small and medium enterprises (SME) in South Sulawesi. *International Journal of Economic Research*, 13(8), 3405–3415. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85013644005&partnerID=40&md5=a0ea0640c3f47033a021d7b6178bc235>
- Kahveci, E. (2025). Digital Transformation in SMEs: Enablers, Interconnections, and a Framework for Sustainable Competitive Advantage. *Administrative Sciences*, 15(3), 107. <https://doi.org/10.3390/admsci15030107>
- Kenney, M., Rouvinen, P., Seppala, T., & Zysman, J. (2019). Platforms and industrial change. *Industry and Innovation*, 26(8), 871–879. <https://doi.org/10.1080/13662716.2019.1602514>
- Khan, L. M. (2019). The separation of platforms and commerce. *Columbia Law Review*, 119(4).
- Lutfi, A. (2022). Factors Influencing the Adoption of Big Data Analytics in the Digital Transformation Era: Case Study of Jordanian SMEs. *Sustainability Switzerland*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/su14031802>
- Maharani, S., Noerlina, & Nadira. (2024). A Study of MSMEs Business Sustainability Strategies: Transforming Towards Industry 4.0. *2024 International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Information System (ICIMCIS)*, 449–453. <https://doi.org/10.1109/ICIMCIS63449.2024.10957198>
- Matthess, M. (2020). Structural change and digitalization in developing countries: Conceptually linking the two transformations. *Technology in Society*, 63.

- <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101428>
- Mittal, R., & Soriya, S. (2025). Fostering competitiveness of Indian MSMEs through IT and digitalization. *Information Technology for Development*, 31(4), 1066–1089. <https://doi.org/10.1080/02681102.2025.2453211>
- Mu'minin, N. (2025). Rekonstruksi Hukum Ekonomi Islam: Antara Idealitas Syariah dan Realitas Pasar Giwangan Yogyakarta Indonesia. *El Hisbah : Journal of Islamic Economic Law*, 5(2), 111–126. <https://doi.org/10.28918/elhisbah.v5i2.12569>
- Muis, I. (2025). The State of Digital Transformation Among Indonesian SMEs: Insights from a Systematic Review. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(3), 1407–1419. <https://doi.org/10.38035/jim.v4i3.1227>
- Nazaruddin, I., Utami, E. R., & Rahmawati, E. (2024). Digitalization Challenges for SMEs: A Systematic Literature Review Perspective and Future Research. *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi*, 15(1), 15–43. <https://doi.org/10.18196/jbti.v15i1.20410>
- Plekhanov, D., Franke, H., & Netland, T. H. (2023). Digital transformation: A review and research agenda. *European Management Journal*, 41(6), 821–844. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.09.007>
- Priliasari, E. (2023). Perlindungan Data Pribadi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Menurut Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia. *Jurnal Rechtsvinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 12(27), 261–279.
- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1). <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Raj, M., & Eggers, J. P. (2026). When delivery comes to town: The effect of digital distribution platform emergence on industry structure and competition. *Strategic Management Journal*, 47(2), 390–427. <https://doi.org/10.1002/smj.70024>
- Rupeika-Apoga, R., & Petrovska, K. (2022). Barriers to Sustainable Digital Transformation in Micro-, Small-, and Medium-Sized Enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013558>
- Sathyanarayana, N., Rahul, V., Fathima, Y., Arun, R., & Kumar, V. L. (2026). Cost and Accessibility of AI: Breaking Barriers for MSMEs. In *Opportunities and Challenges of AI in Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises* (pp. 79–138). <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-2817-1.ch004>
- Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability*, 16(19), 8667. <https://doi.org/10.3390/su16198667>
- Shatkin, M. (2021). *Digital Transformation and the Evolution of the Platform Economy* (pp. 1–24). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7545-1.ch001>
- Smith, R., & Healey, D. (2024). Attacking concentration: market power in the digital space. *European Competition Journal*, 20(2), 295–314. <https://doi.org/10.1080/17441056.2023.2280328>
- Srivastava, G., & Kandikonda, S. S. (2025). Digital dreams or cyber nightmares? *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 15(3), 1–17. <https://doi.org/10.1108/EEMCS-07-2024-0297>
- Srnicek, N. (2016). *Platform Capitalism*. politybooks.com.
- Suwardiyati, R., & Ganindha, R. (2023). Sinergi Pengawasan Kemitraan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sebagai Upaya Peningkatan Potensi Dalam Dunia Usaha Ekonomi

Kreatif. *Arena Hukum*, 16(3), 651–672.
<https://doi.org/10.21776/ub.arenahukum.2023.01603.10>

Wang, J., Wang, W., Ran, Q., Irfan, M., Ren, S., Yang, X., Wu, H., & Ahmad, M. (2022). Analysis of the mechanism of the impact of internet development on green economic growth: evidence from 269 prefecture cities in China. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(7), 9990–10004. <https://doi.org/10.1007/s11356-021-16381-1>

Yelfiarita, Y., Darwanto, D. H., Waluyati, L. R., & Masyhuri, M. (2025). *MSME development through a digitalize ecosystem: Challenges and opportunities*. 020019. <https://doi.org/10.1063/5.0269294>