



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 25376-25385

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Dominasi Platform Digital terhadap UMKM: Perspektif Etika Ekonomi Islam

Muhammad Nur Alam¹, Zainal Said², Hannani³

¹Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Indonesia

²Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

³Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Indonesia

¹nuralammhammad00@gmail.com, ²zainalsaid@iainpare.ac.id, ³hannani@iainpare.ac.id

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi usaha bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), tetapi juga melahirkan ketergantungan baru terhadap perusahaan platform. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk dominasi platform digital terhadap UMKM di Kota Parepare serta menilainya berdasarkan etika ekonomi Islam dan maqashid syariah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi lapangan. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur terhadap sepuluh informan yang terdiri atas pelaku UMKM, mitra platform digital, akademisi ekonomi Islam, tokoh agama, dan perwakilan pemerintah daerah. Data dilengkapi melalui observasi dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan tahapan reduksi, penyajian, penarikan kesimpulan, serta triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dominasi platform terbentuk melalui penguasaan algoritma, data konsumen, visibilitas produk, sistem komisi, promosi berbayar, dan perubahan kebijakan yang sulit dinegosiasikan oleh UMKM. Platform memberikan manfaat berupa perluasan pasar, kemudahan transaksi, dan dukungan logistik, tetapi sekaligus memperlemah posisi tawar serta meningkatkan risiko ketergantungan usaha. Dalam perspektif etika ekonomi Islam, hubungan platform dan UMKM harus menjunjung keadilan, kejujuran, transparansi, kerelaan, keseimbangan manfaat, serta larangan eksploitasi. Berdasarkan maqashid syariah, tata kelola platform perlu melindungi harta, keberlanjutan usaha, dan kemaslahatan para pihak. Penelitian merekomendasikan transparansi algoritma dan biaya, penguatan literasi serta kemandirian digital UMKM, mekanisme pengaduan yang efektif, dan regulasi kemitraan platform yang adil dan berkelanjutan.

Kata kunci: Platform Digital, UMKM, Etika Ekonomi Islam, Kekuasaan Pasar, Maqashid Syariah

1. Latar Belakang

Perubahan digital telah mengubah aktivitas ekonomi masyarakat. Platform digital seperti pasar, layanan transportasi online, dan aplikasi pesan antar makanan memungkinkan transaksi berjalan lebih cepat, lebih efektif, dan menjangkau pasar yang lebih luas [1]. Ekonomi digital muncul sebagai hasil dari perkembangan ini dan merupakan salah satu komponen penting dari pertumbuhan ekonomi kontemporer. Penggunaan platform digital di Indonesia terus meningkat seiring dengan peningkatan penetrasi internet dan penggunaan telepon pintar. Pelaku UMKM menggunakan platform digital untuk mempromosikan barang mereka, mendistribusikan barang mereka, dan berhubungan dengan konsumen [2]. Pelaku bisnis dapat mengakses pasar yang sebelumnya sulit dijangkau melalui platform digital. Namun demikian, kemudahan ini membuat Anda semakin bergantung pada penyedia platform.

Kapitalisme platform adalah jenis kapitalisme modern yang menggunakan data sebagai sumber kekuatan ekonomi dan akumulasi modal [3]. Perusahaan platform tidak hanya berfungsi sebagai perantara transaksi dalam sistem ini, tetapi juga mengawasi algoritma, data pengguna, dan akses pasar. Kondisi ini memungkinkan dominasi pasar muncul, yang dapat memengaruhi posisi tawar bisnis kecil. Ini juga terjadi di Kota Parepare. Semakin banyak UMKM bergantung pada pasar dan aplikasi digital untuk beroperasi. Sistem komisi, perubahan algoritma promosi, persaingan yang tidak seimbang, dan keterbatasan pelaku usaha untuk memengaruhi kebijakan platform adalah beberapa masalah yang ditimbulkan oleh ketergantungan ini.

Menurut pandangan ekonomi Islam, tujuan dari aktivitas ekonomi bukan hanya mendapatkan keuntungan finansial; itu juga harus menghasilkan keadilan, kemaslahatan, dan keseimbangan sosial [4]. Islam melarang monopoli, eksploitasi, dan ketidakadilan ekonomi lainnya yang merugikan orang lain. Oleh karena itu, untuk

menentukan sejauh mana praktik tersebut sesuai dengan syariah, dominasi platform digital harus diperiksa dari sudut pandang etika ekonomi Islam. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk dominasi platform digital terhadap UMKM di Kota Parepare dan mengkaji fenomena tersebut berdasarkan perspektif etika ekonomi Islam.

Dengan munculnya platform digital, UMKM melihat banyak peluang ekonomi, tetapi juga menimbulkan pertanyaan baru tentang bagaimana kekuasaan ekonomi didistribusikan. Perusahaan platform dapat mengontrol akses pasar, data pengguna, dan strategi pemasaran yang sangat penting untuk keberhasilan bisnis di ekosistem digital. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan tentang seberapa jauh dominasi platform digital berada di luar batas keadilan ekonomi yang dapat diterima dari sudut pandang ekonomi Islam.

Penelitian tentang platform digital biasanya berfokus pada aspek transformasi digital, peningkatan efisiensi usaha, dan strategi adaptasi UMKM terhadap kemajuan teknologi. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji dominasi platform digital dari sudut pandang etika ekonomi Islam masih terbatas, khususnya dalam konteks wilayah seperti Parepare. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan penelitian tentang hegemoni platform digital dari perspektif etika ekonomi Islam.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang merupakan jenis penelitian lapangan. Metode ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana platform digital berinteraksi dengan pelaku UMKM dalam aktivitas ekonomi digital [5]. Penelitian tersebut dilakukan di Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Sepuluh informan (empat pelaku UMKM yang menggunakan platform digital, dua mitra platform digital, dua akademisi ekonomi Islam, satu tokoh agama, dan satu perwakilan pemerintah daerah) diwawancarai dengan metode semi-terstruktur untuk mendapatkan data primer.

Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan dengan fenomena ekonomi digital yang diteliti. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai relasi antara platform digital, pelaku usaha, pekerja digital, serta pemangku kepentingan lainnya dalam ekosistem ekonomi digital Kota Parepare. Untuk menjaga validitas data, penelitian menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara antar kelompok informan. Selain itu dilakukan triangulasi metode melalui kombinasi wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh dapat saling menguatkan dan meningkatkan tingkat kepercayaan hasil penelitian.

Data sekunder berasal dari buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan peraturan yang terkait dengan subjek penelitian. Observasi, dokumentasi, dan wawancara digunakan untuk mengumpulkan data. Model Miles dan Huberman digunakan untuk analisis data, yang mencakup penyajian, penarikan kesimpulan, dan reduksi data [6].

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Dominasi Platform Digital terhadap UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform digital memiliki peran yang paling dominan dalam menentukan jenis interaksi ekonomi yang terjadi antara konsumen dan bisnis. Penguasaan algoritma yang menentukan visibilitas produk dalam sistem pencarian platform menunjukkan dominasi. Sebagai hasil dari wawancara dengan informan UMKM (AN), peningkatan penjualan sangat bergantung pada posisi produk dalam hasil pencarian aplikasi. Produk yang muncul pada halaman pertama memiliki kemungkinan lebih besar untuk dibeli dibandingkan dengan produk yang muncul pada halaman berikutnya.

Bentuk dominasi platform juga terlihat melalui pengendalian data konsumen. Data seperti preferensi pelanggan, data transaksi, dan pola perilaku pengguna disimpan dalam sistem platform dan tidak sepenuhnya dapat diakses oleh bisnis. Karena keadaan ini, platform memiliki keunggulan informasi yang jauh lebih besar dibandingkan bisnis kecil dan menengah (UMKM). Dominasi berikutnya terlihat pada sistem komisi dan biaya layanan yang dikenakan pada pengguna platform. Dalam kebanyakan kasus, pelaku usaha tidak memiliki kesempatan untuk bernegosiasi tentang besaran biaya yang ditentukan oleh perusahaan platform. Akibatnya, jika bisnis ingin mempertahankan akses ke pasar digital, mereka harus mengikuti kebijakan yang ditetapkan.

Hasil ini sejalan dengan gagasan kapitalisme platform yang menganggap algoritma sebagai alat penting untuk mengontrol pasar digital [3]. Platform tidak hanya berfungsi sebagai media untuk transaksi tetapi juga menentukan bagaimana pelaku bisnis dapat mengakses pasar. Bisnis juga harus membayar lebih banyak untuk mempertahankan daya saing produk mereka karena sistem promosi berbayar yang digunakan platform. Kondisi ini menyebabkan ketergantungan yang semakin besar pada platform online.

Dominasi algoritmik tersebut perlu dipahami sebagai bentuk pengendalian akses pasar yang tidak selalu terlihat oleh pelaku usaha. Platform menentukan urutan pencarian, rekomendasi produk, penempatan iklan, dan pemberian tanda promosi melalui sistem yang bersifat proprietari. Bagi UMKM, perubahan kecil pada parameter peringkat dapat mengubah jumlah kunjungan dan transaksi tanpa penjelasan yang memadai. OECD menjelaskan bahwa platform daring memang memperluas basis pelanggan dan menurunkan biaya transaksi, tetapi juga dapat menimbulkan distorsi persaingan, penguncian pengguna, dan ketergantungan yang lebih berat bagi usaha kecil [14]. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persoalan utama bukan sekadar penggunaan teknologi, melainkan ketimpangan kemampuan untuk memahami dan memengaruhi aturan teknologi tersebut.

Ketergantungan semakin kuat ketika platform menggabungkan fungsi pasar, pembayaran, promosi, logistik, dan pengelolaan data dalam satu ekosistem. Pelaku UMKM memperoleh kemudahan operasional, namun biaya berpindah ke kanal lain menjadi tinggi karena harus membangun kembali reputasi, ulasan, data pelanggan, dan jaringan distribusi. Fenomena ini sejalan dengan pembahasan mengenai difusi platform yang menempatkan efek jaringan sebagai sumber keunggulan besar bagi penyelenggara platform [15]. Oleh sebab itu, penilaian dominasi perlu mempertimbangkan bukan hanya pangsa pasar, tetapi juga penguasaan data, kekuatan jaringan, kemampuan menentukan standar transaksi, serta kapasitas platform untuk memengaruhi visibilitas dan perilaku pelaku usaha.

Dari sisi tata kelola, transparansi minimum perlu mencakup pemberitahuan perubahan algoritma yang berdampak material, penjelasan komponen biaya, kriteria penurunan peringkat, dan prosedur keberatan. Transparansi tidak berarti membuka seluruh rahasia dagang, tetapi memberikan informasi yang cukup agar UMKM dapat memperkirakan risiko, menyusun strategi, dan menghindari keputusan sepihak. Kajian mengenai penyalahgunaan posisi dominan pada pasar digital di Indonesia juga menekankan pentingnya data, sistem pembayaran, dan kapasitas pemrosesan informasi sebagai indikator kekuatan platform [16]. Dengan demikian, perlindungan UMKM harus diarahkan pada keseimbangan informasi dan proses pengambilan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan.

3.2 Gambaran Umum Ekonomi Digital Kota Parepare

Dalam beberapa tahun terakhir, Kota Parepare melihat kemajuan ekonomi digital yang signifikan. Penggunaan internet dan telepon pintar telah mendorong orang untuk menggunakan berbagai layanan berbasis platform digital dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Aplikasi pesan antar makanan, layanan transportasi online, pasar, dan media sosial adalah komponen penting dari aktivitas perdagangan masyarakat. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM menggunakan platform digital untuk memasarkan dan mendistribusikan produk mereka. Diperkirakan bahwa penggunaan platform digital dapat mengurangi batasan pemasaran konvensional dan memperluas jangkauan pasar. Beberapa pelaku usaha bahkan menghasilkan sebagian besar penjualan melalui platform digital daripada melalui penjualan langsung.

Perkembangan ekonomi digital tidak hanya membuka peluang ekonomi baru, tetapi juga meningkatkan ketergantungan terhadap perusahaan platform. Ini karena sebagian besar transaksi, pemasaran, dan komunikasi pelanggan dilakukan melalui platform tertentu, sehingga posisi perusahaan platform menjadi sangat strategis dalam menentukan mekanisme pasar yang berlaku.

Pertumbuhan penggunaan platform di Parepare menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi bagian dari strategi bertahan dan berkembang bagi UMKM. Pola ini selaras dengan kajian OECD yang menyebutkan bahwa teknologi digital membantu usaha kecil memperluas jangkauan pasar, menekan biaya operasional, dan memperoleh layanan bisnis yang sebelumnya sulit diakses [17]. Namun, tingkat manfaat yang diterima tidak selalu sama. Pelaku usaha yang memiliki kemampuan produksi, literasi digital, pencatatan keuangan, dan sumber daya promosi yang lebih baik cenderung memperoleh hasil yang lebih besar dibandingkan usaha mikro yang hanya mengandalkan fitur dasar platform.

Kesenjangan kapasitas tersebut perlu diperhatikan karena digitalisasi yang tidak disertai peningkatan kompetensi dapat memindahkan ketergantungan dari pasar konvensional kepada pasar platform. Kebijakan pengembangan UMKM karena itu tidak cukup berfokus pada jumlah pelaku usaha yang masuk ke marketplace. Program pendampingan perlu mencakup pengelolaan katalog, analisis kinerja penjualan, pengamanan akun, pencatatan biaya komisi dan promosi, serta pemanfaatan data untuk keputusan usaha. Kergoach menekankan bahwa hambatan digitalisasi UMKM meliputi keterampilan, kemampuan manajerial, pembiayaan, dan pemanfaatan teknologi yang masih terbatas pada layanan dasar [18].

Data merupakan aset penting dalam ekosistem ini. Riwat transaksi, pola permintaan, lokasi pelanggan, tingkat konversi, dan respons terhadap promosi memberikan nilai strategis bagi pengembangan produk. Akan tetapi, ketika data tersebut hanya dikuasai platform, UMKM tidak memperoleh kemampuan yang sama untuk membangun hubungan langsung dengan konsumennya. UNCTAD menegaskan bahwa tata kelola data

menentukan distribusi manfaat dalam ekonomi digital dan dapat memperlebar ketimpangan apabila nilai dari data terkonsentrasi pada sejumlah kecil perusahaan [19]. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi digital Parepare perlu mendorong akses analitik yang wajar, portabilitas data tertentu, dan edukasi perlindungan data bagi UMKM.

3.3 Dampak Dominasi Platform terhadap UMKM

Baik keuntungan maupun kerugian dihasilkan dari dominasi platform digital bagi UMKM. Beberapa manfaat yang ditunjukkan termasuk peningkatan akses pasar, kemudahan transaksi, dan efisiensi operasional usaha [7]. Namun, penelitian menemukan beberapa efek negatif yang cukup signifikan. Karena mereka tergantung pada platform, UMKM lebih rentan terhadap perubahan kebijakan perusahaan. Perubahan algoritma, biaya layanan, dan program promosi dapat secara langsung memengaruhi pendapatan bisnis.

Informasi UMKM (SR) menyatakan bahwa jumlah pesanan turun dalam waktu singkat sebagai akibat dari perubahan sistem promosi platform. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku usaha sangat bergantung pada mekanisme yang dikendalikan oleh perusahaan platform. Namun, dominasi platform tidak selalu memiliki konsekuensi negatif. Menurut beberapa informan, platform digital membantu mereka menjangkau pelanggan yang sebelumnya sulit dijangkau melalui strategi pemasaran konvensional. Bisnis dapat meningkatkan efisiensi dengan kemudahan seperti sistem pembayaran digital, layanan logistik, dan fitur promosi. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara bisnis kecil dan menengah (UMKM) dan platform digital masih ambigu. Di satu sisi, platform membantu orang mendorong ekonomi mereka, tetapi di sisi lain, itu membuat orang menjadi terlalu tergantung padanya, yang dapat mengurangi kemandirian bisnis dalam jangka panjang.

Selain itu, persaingan yang semakin ketat di pasar memaksa banyak UMKM untuk menurunkan harga untuk tetap menarik pelanggan. Situasi seperti ini dapat mengurangi keuntungan bisnis dan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang [8].

Manfaat platform bagi UMKM tetap nyata, terutama dalam mempercepat proses pemasaran, pembayaran, dan pengiriman. Digitalisasi juga meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan ketika transaksi tatap muka terbatas. OECD mencatat bahwa penggunaan platform dapat membantu UMKM meningkatkan produktivitas dan memperluas jaringan, walaupun usaha yang lebih kecil menghadapi hambatan adopsi serta risiko ketergantungan yang lebih besar [20]. Karena itu, analisis dampak perlu menghindari kesimpulan yang semata-mata menempatkan platform sebagai ancaman atau sebagai solusi. Hubungan tersebut bersifat saling membutuhkan, tetapi distribusi manfaat dan risiko belum tentu seimbang.

Biaya layanan dan promosi berbayar dapat mengurangi margin secara bertahap, terutama ketika UMKM tidak memasukkannya ke dalam perhitungan harga pokok. Diskon yang ditanggung bersama, biaya transaksi, komisi, biaya iklan, dan subsidi pengiriman dapat membuat omzet meningkat tanpa diikuti peningkatan laba. Dalam kondisi persaingan yang ketat, pelaku usaha juga terdorong mengikuti program promosi agar produknya tetap terlihat. Situasi tersebut menunjukkan perlunya literasi biaya digital. Pelaku UMKM harus memisahkan omzet platform, laba bersih, biaya akuisisi pelanggan, dan biaya mempertahankan visibilitas agar keputusan mengikuti promosi tidak hanya didasarkan pada peningkatan jumlah pesanan.

Strategi mitigasi ketergantungan dapat dilakukan melalui diversifikasi kanal. UMKM tetap dapat memanfaatkan platform sebagai sarana menemukan pelanggan, tetapi secara bersamaan membangun identitas merek, media sosial, basis pelanggan yang dikelola secara sah, dan kanal penjualan langsung. Strategi multi-platform juga mengurangi risiko ketika terjadi perubahan kebijakan atau gangguan akun. Laporan ADB mengenai UMKM Asia menekankan pentingnya dukungan kebijakan yang membangun ketahanan usaha setelah percepatan digitalisasi [21]. Dalam konteks Parepare, pendampingan dapat diarahkan pada pembuatan katalog lintas kanal, penguatan kemasan dan merek, serta penggunaan pencatatan keuangan digital untuk menilai keuntungan setiap kanal.

Kepercayaan konsumen juga perlu dijaga melalui informasi produk yang jujur, harga yang transparan, dan penyelesaian keluhan yang cepat. Kajian etika bisnis Islam pada marketplace Indonesia menunjukkan bahwa keamanan, privasi, tidak adanya penipuan, dan keandalan merupakan dimensi penting dalam membangun kepercayaan pengguna [22]. Oleh karena itu, peningkatan kemandirian UMKM tidak berarti mengabaikan standar layanan platform, melainkan mengembangkan kemampuan usaha agar dapat memenuhi standar tersebut secara konsisten tanpa kehilangan kendali atas keberlanjutan usahanya.

3.4 Posisi Pekerja Digital dalam Ekosistem Platform

Selain mempengaruhi pelaku UMKM, dominasi platform digital juga mempengaruhi pekerja digital seperti mitra pengemudi transportasi online dan kurir pengantaran. Aplikasi yang dikendalikan oleh perusahaan platform memungkinkan pekerja digital untuk mendapatkan pekerjaan dalam sistem ekonomi platform. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pekerja online percaya bahwa platform memberikan fleksibilitas waktu kerja

dan peluang untuk menghasilkan uang tambahan. Namun, algoritma distribusi pesanan, sistem insentif, dan penilaian pelanggan yang dibuat oleh perusahaan platform sangat memengaruhi pendapatan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pekerja digital sangat bergantung pada platform. Mereka harus menyesuaikan diri ketika tarif, sistem bonus, atau kebijakan operasional berubah, tanpa dapat memengaruhinya. Situasi ini menunjukkan ketidaksamaan posisi tawar, yang merupakan ciri khas kapitalisme platform digital.

Pengelolaan pekerja melalui algoritma memperlihatkan bahwa dominasi platform tidak hanya berdampak pada pedagang, tetapi juga pada pihak yang menjalankan layanan pengantaran dan transportasi. Sistem penilaian, pembagian pesanan, insentif, dan sanksi dapat menentukan pendapatan harian pekerja tanpa proses negosiasi langsung. ILO menemukan bahwa platform digital mengubah organisasi kerja melalui pengelolaan algoritmik, pemindahan biaya operasional kepada pekerja, dan pembentukan hubungan kerja yang lebih fleksibel tetapi rentan [23]. Temuan tersebut relevan dengan kondisi mitra yang harus menanggung biaya kendaraan, bahan bakar, perangkat, dan risiko perjalanan.

Fleksibilitas waktu merupakan manfaat yang dihargai oleh pekerja digital, namun fleksibilitas tersebut perlu dibedakan dari kebebasan yang sesungguhnya. Ketika pekerja harus aktif pada waktu tertentu untuk memperoleh insentif atau menjaga tingkat penerimaan pesanan, algoritma secara tidak langsung menentukan pola kerja. Rani dan Furrer menunjukkan bahwa desain platform memengaruhi akses terhadap tugas, remunerasi, serta waktu kerja dan membutuhkan transparansi algoritmik untuk mengurangi kerentanan pekerja [24]. Dengan demikian, perlindungan pekerja tidak cukup melalui status kemitraan formal, tetapi perlu melihat kenyataan hubungan ekonomi dan tingkat kontrol platform.

Dalam etika ekonomi Islam, imbalan harus jelas, disepakati, dan proporsional dengan pekerjaan serta risiko yang ditanggung. Perubahan tarif atau bonus yang tidak disertai penjelasan memadai berpotensi menimbulkan gharar dalam hubungan kemitraan. Platform perlu menyediakan perhitungan pendapatan yang mudah dipahami, prosedur banding atas penilaian atau suspend, dan perlindungan dasar terhadap risiko kerja. Penguatan mekanisme tersebut bukan hanya bentuk kepatuhan sosial, tetapi juga upaya membangun kepercayaan dan stabilitas ekosistem yang mendukung UMKM, pekerja, dan konsumen secara bersamaan.

3.5 Tantangan Regulasi dalam Ekonomi Digital

Dengan munculnya platform digital, pemerintah menghadapi tantangan baru dalam membangun sistem ekonomi yang adil dan kompetitif. Ekonomi digital memiliki pola yang berbeda, tetapi regulasi yang digunakan selama ini biasanya ditujukan untuk bisnis konvensional. Perusahaan tidak hanya menyediakan layanan dalam ekonomi platform; mereka juga mengontrol data, algoritma, dan akses pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dominasi platform digital dapat menyebabkan hubungan ekonomi yang tidak seimbang antara perusahaan platform dan UMKM. Ini terjadi ketika sebagian besar transaksi dilakukan melalui platform tertentu, dan UMKM menjadi sangat bergantung pada kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan. Karena keadaan ini, diperlukan regulasi yang dapat mengimbangi inovasi digital dan perlindungan pelaku usaha.

Perlindungan data merupakan tantangan berikutnya. Ekonomi digital bergantung pada data pengguna untuk menghasilkan strategi pemasaran, layanan baru, dan analisis perilaku pelanggan. Namun, jika tidak diawasi dengan baik, penguasaan data perusahaan platform dapat menghasilkan kekuatan ekonomi yang lebih besar. Selain itu, pemerintah menghadapi masalah untuk melindungi karyawan digital. Pekerja biasanya ditempatkan pada posisi yang berbeda dengan pekerja formal dalam sistem kemitraan berbagai platform. Akibatnya, keamanan pendapatan, jaminan sosial, dan kepastian kerja terus menjadi masalah di ekonomi digital. Oleh karena itu, regulasi yang fleksibel diperlukan untuk mendorong persaingan usaha yang sehat, melindungi data pengguna, dan menciptakan keseimbangan antara perusahaan platform, pelaku UMKM, dan pekerja digital. Dengan demikian, regulasi yang fleksibel akan memungkinkan seluruh masyarakat menikmati manfaat ekonomi digital.

Regulasi ekonomi platform perlu menyesuaikan karakter pasar multisisi yang berbeda dari pasar konvensional. Penguasaan data, efek jaringan, integrasi layanan, dan kemampuan menetapkan standar dapat membentuk posisi dominan meskipun konsumen tidak membayar harga langsung. OECD menegaskan bahwa penggunaan data memengaruhi produktivitas, konsentrasi industri, dan dinamika persaingan, sedangkan UMKM sering tertinggal dalam kemampuan memanfaatkannya [25]. Karena itu, evaluasi persaingan perlu memasukkan kontrol data, interoperabilitas, akses terhadap saluran distribusi, dan biaya perpindahan sebagai variabel penting.

Perlindungan UMKM dapat diwujudkan melalui aturan kemitraan yang mewajibkan keterbukaan komisi, pemberitahuan perubahan kebijakan, larangan perlakuan diskriminatif tanpa dasar objektif, serta mekanisme pengaduan yang cepat. Penelitian mengenai praktik distribusi aplikasi digital menunjukkan bahwa kewajiban menggunakan sistem pembayaran tertentu dan pengenaan biaya layanan yang tinggi dapat menjadi isu

penyalahgunaan posisi dominan [26]. Walaupun konteksnya berbeda, prinsip yang sama relevan untuk marketplace dan aplikasi pesan antar: pelaku usaha perlu memiliki pilihan yang wajar dan tidak dipaksa menerima syarat yang merugikan hanya untuk mempertahankan akses pasar.

Pemerintah daerah dapat mengambil peran melalui pusat pendampingan digital UMKM, fasilitasi konsultasi kontrak, pelatihan keamanan data, dan kanal pengaduan yang terhubung dengan instansi persaingan usaha serta perlindungan konsumen. Pemerintah juga dapat mendukung pasar digital lokal atau katalog pengadaan yang bersifat komplementer, bukan sekadar meniru platform komersial. Program transformasi digital nasional menunjukkan bahwa pemanfaatan platform telah meluas, tetapi peningkatan kompetensi tetap diperlukan agar UMKM mampu menggunakan teknologi secara produktif dan aman [27].

Selain itu, regulasi harus mempertimbangkan perlindungan konsumen karena praktik platform yang tidak transparan dapat berdampak pada penjual dan pembeli sekaligus. OECD menekankan perlunya peningkatan tanggung jawab marketplace dalam mencegah pemasaran menyesatkan, penipuan, dan produk yang tidak aman [28]. Ekosistem yang sehat memerlukan pembagian tanggung jawab yang jelas antara platform, UMKM, konsumen, dan pemerintah, sehingga inovasi tidak berkembang dengan mengorbankan pihak yang memiliki daya tawar lebih rendah.

3.6 Analisis Etika Ekonomi Islam

Keadilan (al-'adl), kejujuran (ash-shidq), keseimbangan (tawazun), dan kemaslahatan adalah prinsip utama dalam etika ekonomi Islam untuk aktivitas ekonomi [4]. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dominasi platform digital belum sepenuhnya bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam karena platform tersebut dapat menghasilkan keuntungan ekonomi bagi masyarakat. Peluang bisnis baru, lebih banyak pasar, dan transaksi yang lebih efisien dapat ditemukan melalui platform digital.

Akan tetapi, praktik ekonomi digital yang menyebabkan ketimpangan posisi tawar dan ketergantungan berlebihan harus diperhatikan. Islam melarang eksploitasi yang menghasilkan keuntungan yang tidak proporsional untuk satu pihak dibandingkan dengan pihak lainnya [9]. Menurut perspektif akademisi ekonomi Islam (MS), kejelasan algoritma dan mekanisme komisi adalah kunci untuk menjaga keadilan dalam ekosistem ekonomi digital. Pelaku usaha kecil dapat dirugikan jika ada ketidakjelasan dalam sistem.

Prinsip keadilan dalam ekonomi Islam menuntut agar keuntungan dan risiko tidak dibebankan secara timpang. Platform berhak memperoleh imbalan atas teknologi, jaringan, dan layanan yang disediakan, sedangkan UMKM berhak memperoleh informasi yang memadai mengenai biaya dan konsekuensi kebijakan. Ketidakjelasan formula peringkat, pemotongan biaya, atau alasan pembatasan akun dapat menimbulkan gharar karena pelaku usaha tidak mampu memperkirakan hak dan kewajibannya. Oleh sebab itu, transparansi kontrak digital merupakan bagian dari pemenuhan prinsip kerelaan para pihak.

Prinsip kejujuran juga mengharuskan platform dan UMKM tidak memanipulasi informasi. Platform perlu menjelaskan sifat promosi, jangkauan iklan, dan penggunaan data secara benar, sedangkan UMKM wajib menyampaikan kualitas, harga, persediaan, dan kondisi produk dengan jujur. Penelitian mengenai praktik UMKM digital menempatkan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap hak konsumen sebagai dasar etika bisnis Islam di e-commerce [29]. Penerapan prinsip tersebut memperkuat kepercayaan, mengurangi sengketa, dan memastikan transaksi tidak hanya sah secara formal, tetapi juga bermoral.

Larangan eksploitasi berkaitan dengan praktik mengambil manfaat berlebihan dari ketergantungan pihak lain. Komisi atau biaya tidak otomatis bertentangan dengan syariah, tetapi menjadi problematis apabila tidak transparan, berubah sepihak, atau membuat UMKM menanggung beban yang tidak sebanding dengan manfaat. Kajian transaksi online di Shopee menunjukkan bahwa keterbukaan, amanah, pelayanan yang baik, dan perlindungan dari penipuan tetap menjadi tantangan dalam penerapan etika bisnis Islam [30]. Karena itu, audit etika platform dapat mencakup kejelasan kontrak, proporsionalitas biaya, perlakuan yang setara, keamanan data, dan efektivitas penyelesaian sengketa.

Etika Islam juga menekankan kemaslahatan. Teknologi dinilai baik apabila manfaatnya meluas dan kerugiannya dapat dicegah. Platform yang membantu UMKM tumbuh, menciptakan pekerjaan, dan memudahkan konsumen memenuhi kebutuhan memiliki nilai maslahat. Namun, maslahat tersebut berkurang apabila keuntungan terkonsentrasi, usaha kecil kehilangan kemandirian, atau pekerja tidak memperoleh perlindungan. Oleh karena itu, evaluasi etis perlu dilakukan secara berkala dengan melibatkan platform, UMKM, pekerja, konsumen, ulama, akademisi, dan pemerintah.

3.7 Relevansi Konsep Keadilan dalam Ekonomi Islam terhadap Platform Digital

Salah satu prinsip utama ekonomi Islam adalah keadilan; konsep ini tidak hanya berkaitan dengan pembagian keuntungan, tetapi juga mencakup keseimbangan hak dan kewajiban setiap orang yang terlibat dalam aktivitas ekonomi. Karena hubungan ekonomi yang terbentuk tidak selalu berada pada posisi yang setara, prinsip keadilan menjadi penting dalam konteks platform digital. Dibandingkan dengan pelaku UMKM dan pekerja digital, perusahaan platform memiliki kemampuan yang lebih besar untuk menetapkan aturan transaksi, menurut hasil penelitian. Kondisi ini menyebabkan ketimpangan posisi tawar, yang dapat mengganggu keadilan ekonomi. Hubungan ekonomi yang sehat dari perspektif Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan, transparansi, dan tidak adanya unsur pemaksaan terhadap salah satu pihak.

Konsep keadilan dalam ekonomi Islam juga mengatakan bahwa keuntungan harus dibagi secara proporsional. Sebagai penyedia layanan digital, perusahaan platform berhak memperoleh keuntungan, tetapi keuntungan tersebut tidak boleh diperoleh melalui praktik yang merugikan pihak lain. Oleh karena itu, transparansi algoritma, kejelasan biaya layanan, dan perlindungan pelaku usaha adalah kunci keadilan ekonomi. Selain itu, Islam menekankan betapa pentingnya tanggung jawab sosial dalam bisnis. Perusahaan bertanggung jawab kepada masyarakat dan investor. Dalam ekonomi digital, tanggung jawab ini dapat dicapai melalui kebijakan yang mendukung keberlanjutan UMKM, perlindungan pekerja digital, dan peningkatan pengetahuan masyarakat tentang teknologi.

Oleh karena itu, ide tentang keadilan dalam ekonomi Islam dapat digunakan sebagai landasan normatif untuk menilai praktik ekonomi platform. Prinsip ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi digital dapat membawa kesejahteraan dan kemaslahatan yang lebih luas selain meningkatkan efisiensi ekonomi.

Keadilan pada platform digital dapat dibedakan menjadi keadilan distributif, prosedural, dan korektif. Keadilan distributif berkaitan dengan pembagian manfaat, biaya, dan risiko. Keadilan prosedural berkaitan dengan cara aturan ditetapkan, dikomunikasikan, dan diterapkan. Keadilan korektif berkaitan dengan mekanisme pemulihan ketika terjadi kesalahan, pemblokiran akun, atau kerugian akibat keputusan sistem. Ketiga dimensi tersebut penting karena suatu komisi dapat terlihat wajar secara nominal, tetapi tetap tidak adil jika ditetapkan sepihak dan tidak tersedia prosedur keberatan.

Dalam praktiknya, keadilan prosedural dapat diterapkan melalui pemberitahuan perubahan syarat sebelum berlaku, penjelasan alasan keputusan otomatis, akses kepada petugas manusia untuk kasus tertentu, dan standar waktu penanganan keluhan. Pelaku UMKM juga harus memperoleh kesempatan menyampaikan bukti dan memperbaiki pelanggaran yang tidak disengaja. Kajian perbandingan mengenai posisi dominan platform menekankan perlunya kerangka yang mempertimbangkan kekuatan finansial, pemrosesan data, dan peran platform sebagai pengendali akses pasar [16].

Keadilan distributif dapat dinilai melalui proporsi biaya layanan terhadap manfaat yang diterima, dampak program diskon terhadap margin UMKM, serta pembagian tanggung jawab atas pengembalian dana dan kegagalan layanan. Sementara itu, keadilan korektif dapat diwujudkan melalui kompensasi yang terukur dan pemulihan visibilitas apabila penurunan peringkat terjadi karena kesalahan sistem. Indikator tersebut dapat menjadi dasar penyusunan pedoman etika platform berbasis syariah yang dapat digunakan pemerintah daerah dan komunitas UMKM.

Model ekonomi digital berbasis maqashid syariah menempatkan integrasi teknologi, keberlanjutan, dan transformasi sosial sebagai bagian dari tujuan pengembangan ekonomi [31]. Dengan pendekatan tersebut, keadilan bukan hambatan terhadap inovasi, melainkan prasyarat agar inovasi diterima dan bertahan. Platform yang transparan dan responsif dapat memperoleh kepercayaan jangka panjang, sementara UMKM memperoleh ruang untuk tumbuh tanpa kehilangan kemandirian.

3.8 Analisis Maqashid Syariah terhadap Dominasi Platform

Sejauh mana aktivitas ekonomi digital menguntungkan masyarakat dapat dinilai berdasarkan perspektif maqashid syariah. Perlindungan harta benda (hifz al-mal) adalah tujuan utama maqashid syariah [10]. Dalam konteks penelitian ini, platform digital bermanfaat karena membantu bisnis menghasilkan uang dan memperluas akses keuangan mereka. Namun, ketika pelaku usaha tidak lagi memiliki kontrol atas operasi ekonominya, dominasi yang berlebihan dapat mengganggu prinsip keadilan distribusi.

Prinsip maqashid syariah mengatakan bahwa perlu ada keseimbangan antara kebutuhan platform dan kebutuhan pelaku usaha. Oleh karena itu, undang-undang yang memastikan transparansi, perlindungan bagi pelaku usaha, dan persaingan yang sehat adalah bagian penting dari menciptakan kemakmuran ekonomi digital [11].

Dari sudut pandang maqashid syariah, aktivitas ekonomi digital idealnya tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga memastikan bahwa manfaat tersebut didistribusikan secara merata di antara semua pelaku ekonomi. Jika tidak ada mekanisme perlindungan yang memadai, dominasi platform yang terlalu besar dapat mengurangi peluang ekonomi kelompok yang lebih lemah. Oleh karena itu, untuk mencapai kemaslahatan ekonomi yang selaras dengan tujuan syariah, diperlukan penguatan regulasi ekonomi digital, peningkatan pengetahuan pelaku UMKM tentang bisnis digital, dan transparansi tata kelola platform. Oleh karena itu, kemajuan teknologi dapat membantu meningkatkan ekonomi masyarakat daripada hanya menghasilkan keuntungan bagi kelompok tertentu.

Perlindungan harta atau *hifz al-mal* dalam ekonomi platform tidak hanya berarti menjaga uang dari pencurian, tetapi juga melindungi keberlanjutan pendapatan, data usaha, reputasi digital, dan akses yang wajar terhadap pasar. Suspend akun tanpa alasan yang jelas, perubahan komisi mendadak, atau hilangnya data transaksi dapat mengancam aset ekonomi UMKM. Oleh karena itu, platform perlu menerapkan keamanan sistem, pencadangan data, pemberitahuan risiko, dan prosedur pemulihan yang efektif.

Maqashid syariah juga berkaitan dengan perlindungan akal melalui peningkatan literasi digital. Pelaku UMKM perlu memahami cara kerja promosi, risiko penggunaan data, keamanan akun, dan konsekuensi kontrak elektronik. Tanpa pengetahuan tersebut, kerelaan dalam menerima syarat platform belum tentu didasarkan pada pemahaman yang memadai. Program pelatihan nasional bagi UMKM menunjukkan pentingnya peningkatan keterampilan digital agar teknologi benar-benar meningkatkan daya saing [32]. Dalam konteks Parepare, pelatihan perlu disesuaikan dengan skala usaha dan bahasa yang mudah dipahami.

Perlindungan jiwa dan martabat manusia relevan bagi pekerja digital yang menghadapi risiko kecelakaan, tekanan target, dan ketidakpastian pendapatan. Ekosistem platform yang sesuai maqashid perlu mendorong keselamatan, jam kerja yang wajar, serta akses terhadap jaminan sosial. Sementara perlindungan keturunan dapat dihubungkan dengan stabilitas penghasilan keluarga dan keberlanjutan usaha lintas generasi. Dengan demikian, maqashid syariah memberikan kerangka yang lebih luas daripada evaluasi keuntungan finansial semata.

Kerangka evaluasi dapat menggunakan beberapa pertanyaan: apakah kebijakan platform melindungi aset UMKM; apakah biaya dan algoritma dijelaskan; apakah pekerja memperoleh perlindungan; apakah konsumen terhindar dari penipuan; dan apakah manfaat ekonomi tersebar secara lebih luas. Pendekatan maqashid juga telah digunakan untuk merumuskan model ekonomi digital yang menyeimbangkan modernisasi dengan nilai Islam [31]. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan untuk menyusun standar kemitraan syariah bagi platform yang beroperasi pada komunitas mayoritas Muslim.

3.9 Implikasi Penelitian bagi Pengembangan Ekonomi Digital Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi digital menawarkan peluang besar untuk pertumbuhan UMKM, tetapi juga menghadirkan tantangan baru terkait distribusi kekuasaan ekonomi di ekosistem platform digital. Hasilnya memiliki konsekuensi yang signifikan bagi perkembangan ekonomi digital syariah di Indonesia, khususnya dalam upaya membangun sistem ekonomi yang berkeadilan dan efektif. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan digital sangat penting bagi pelaku UMKM agar mereka tidak hanya menjadi pengguna platform tetapi juga dapat memahami strategi pemasaran digital, pengelolaan data pelanggan, dan diversifikasi saluran pemasaran. Ketika kebijakan perusahaan berubah, ketergantungan terlalu besar pada satu platform dapat meningkatkan risiko bisnis. Akibatnya, pelaku UMKM harus mengembangkan kemandirian digital dengan menggunakan berbagai kanal pemasaran yang tersedia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan platform harus menerapkan prinsip transparansi dalam kebijakan layanan, sistem komisi, dan pengelolaan algoritma. Transparansi sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan pengguna dan menciptakan hubungan yang lebih seimbang antara platform dan bisnis. Dalam perspektif ekonomi Islam, transparansi merupakan bagian dari prinsip kejujuran dan keterbukaan yang harus diterapkan dalam setiap operasi ekonomi. Penelitian ini memberikan informasi penting bagi pemerintah tentang bagaimana membuat regulasi yang mampu menerima pertumbuhan ekonomi digital tanpa mengabaikan perlindungan UMKM dan pekerja digital. Regulasi yang fleksibel diperlukan untuk memastikan bahwa kemajuan teknologi tidak menghasilkan praktik yang mengarah pada konsentrasi kekuasaan ekonomi yang berlebihan. Agar perusahaan kecil dan menengah (UMKM) dapat bersaing dengan lebih baik di era ekonomi saat ini, pemerintah juga harus memperkuat program pemberdayaan mereka yang berbasis digital.

Dari perspektif akademik, penelitian ini menunjukkan bahwa konsep maqashid syariah dan etika ekonomi Islam masih relevan untuk digunakan sebagai alat untuk menganalisis fenomena ekonomi digital masa kini. Keadilan, kemaslahatan, keseimbangan, dan tanggung jawab sosial dapat digunakan sebagai kerangka normatif untuk

menilai hubungan ekonomi yang muncul di platform digital. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi digital syariah berfokus pada peningkatan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan sosial yang lebih merata.

Implikasi pertama ditujukan kepada pelaku UMKM. Mereka perlu mengembangkan kemandirian digital melalui diversifikasi kanal penjualan, pencatatan keuangan per kanal, pengelolaan merek, dan penguatan hubungan dengan pelanggan. Penggunaan pembayaran digital dapat meningkatkan efisiensi, tetapi adopsinya dipengaruhi oleh manfaat, risiko, kepercayaan, dan dukungan pemerintah [33]. Oleh karena itu, pelatihan tidak cukup berfokus pada cara menggunakan aplikasi, tetapi juga pada pengambilan keputusan, keamanan, analisis biaya, dan perlindungan data.

Implikasi kedua ditujukan kepada perusahaan platform. Platform perlu menyusun kebijakan yang mudah dipahami, menampilkan rincian potongan secara real-time, serta menguji dampak perubahan algoritma terhadap usaha mikro. Fitur promosi sebaiknya dilengkapi estimasi biaya dan kinerja agar UMKM tidak mengambil keputusan secara spekulatif. Prinsip etika bisnis Islam pada perdagangan digital menekankan keadilan, kejujuran, kebebasan yang bertanggung jawab, manfaat bersama, dan integritas moral [34]. Prinsip tersebut dapat diterjemahkan menjadi indikator tata kelola dan laporan keberlanjutan platform.

Implikasi ketiga ditujukan kepada pemerintah. Pemerintah perlu menggabungkan kebijakan persaingan usaha, perlindungan data, perlindungan konsumen, pemberdayaan UMKM, dan perlindungan pekerja digital. Bank Indonesia menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran telah menjangkau jutaan merchant yang sebagian besar merupakan UMKM [35]. Perkembangan tersebut perlu diikuti penguatan literasi, keamanan transaksi, dan kemampuan UMKM menilai biaya agar inklusi digital tidak berubah menjadi ketergantungan baru.

Implikasi keempat adalah pengembangan ekonomi digital syariah. Pemerintah daerah, perguruan tinggi, lembaga keuangan syariah, dan komunitas usaha dapat membentuk pusat konsultasi yang menggabungkan aspek teknologi, bisnis, hukum, dan syariah. Pusat tersebut dapat membantu UMKM membaca kontrak digital, menghitung margin setelah biaya platform, mengelola keluhan, dan menyusun strategi pemasaran lintas kanal. Kolaborasi juga dapat menghasilkan indeks keadilan platform yang menilai transparansi, proporsionalitas biaya, akses data, dan perlindungan pihak rentan.

Secara akademik, penelitian ini membuka ruang kajian lanjutan mengenai pengukuran dominasi algoritmik dan keadilan platform. Penelitian kuantitatif dapat menguji hubungan antara besaran komisi, belanja promosi, ketergantungan penjualan, dan profitabilitas UMKM. Penelitian komparatif antarkota atau antarplatform juga dapat mengidentifikasi variasi kebijakan. Dengan demikian, kajian etika ekonomi Islam dapat berkembang dari penilaian normatif menuju instrumen evaluasi empiris yang membantu membangun tata kelola ekonomi digital yang adil, inklusif, dan berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Menurut penelitian ini, dominasi platform digital terhadap UMKM di Kota Parepare disebabkan oleh penguasaan algoritma, sistem komisi, pengendalian visibilitas produk, dan penguasaan data konsumen oleh perusahaan platform. Akibatnya, posisi tawar UMKM relatif lebih lemah dibandingkan dengan perusahaan platform, terutama dalam menentukan kebijakan tentang pemasaran, promosi, dan distribusi produk. Selain itu, ketergantungan terhadap algoritma dan sistem komisi oleh perusahaan platform juga menunjukkan dominasi mereka. Dari sudut pandang etika ekonomi Islam, keberadaan platform digital pada dasarnya bermanfaat bagi masyarakat karena memungkinkan peningkatan akses pasar, meningkatkan efisiensi transaksi, dan membuka peluang ekonomi baru. Namun, dari perspektif ini, dominasi yang berlebihan dapat menyebabkan ketimpangan dalam hubungan ekonomi jika tidak disertai dengan prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi digital harus diarah ke arah yang lebih baik. Menurut perspektif maqashid syariah, ekonomi digital harus dapat memberikan keuntungan yang sama bagi semua pelaku ekonomi dan melindungi kepentingan mereka. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, peningkatan pengetahuan tentang teknologi digital, dan transparansi tata kelola platform agar kemajuan teknologi digital tidak hanya membawa pertumbuhan ekonomi tetapi juga membawa keadilan dan kesejahteraan sosial yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan terbatas pada konteks Kota Parepare. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dapat mengembangkan kajian yang lebih luas dengan membandingkan beberapa daerah atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dominasi platform digital terhadap kinerja UMKM.

Referensi

1. M. A. Ismail and A. Yusuf, "Digital Economy Transformation and SME Development in Indonesia," *Journal of Digital Business*, vol. 5, no. 2, pp. 45–58, 2023..
2. A. Mutmainnah, S. Harbiah, R. Risma, and M. W. Abdullah, "Entrepreneurship Syariah di Era Platform: Strategi Adaptif UMKM Halal Menghadapi Transformasi Digital," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, vol. 15, no. 1, pp. 33–47, 2025. <https://doi.org/10.46870/jstain.v7i2.1653>
3. N. Srnicek, *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2017. <https://politybooks.com/bookdetail/?isbn=9781509504862>
4. M. U. Chapra, *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: Islamic Foundation, 2000. <https://archive.org/details/future-of-economics-islamic-perspective>
5. L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
6. M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. California: Sage Publications, 2014.
7. R. Khayuni and Y. Walida, "Optimalisasi Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM di Era Ekonomi Digital," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, vol. 9, no. 1, pp. 21–34, 2025. <https://doi.org/10.61132/jepi.v3i3.1626>
8. A. B. Rosandy, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Digital: Studi Kasus Transparansi dan Kejujuran di Platform E-Commerce UMKM Fashion," *TSARWAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2024, doi: 10.32678/tsarwah.v9i2.12478. <https://doi.org/10.32678/tsarwah.v9i2.12478>
9. M. N. Siddiqi, *Muslim Economic Thinking: A Survey of Contemporary Literature*. Leicester: Islamic Foundation, 1981. <https://archive.org>
10. A. H. Al-Ghazali, *Ihya Ulumuddin*, Jilid 2. Beirut: Dar al-Fikr, 2004. <https://archive.org>
11. N. Amalia, Rahmawati, B. Putri, and D. Mairiza, "Eksistensi Prinsip Ekonomi Mikro Islam terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro di Era Digitalisasi," *Jurnal Ekonomi Islam Kontemporer*, vol. 7, no. 1, pp. 11–25, 2023. <https://doi.org/10.30631/icons.v2i1.2968>
12. M. Jailani, M. A. Alshahra, M. F. H. Alhassan, and L. Lianti, "Nurturing MSMEs: Unleashing the Power of Islamic Economic Innovation Through a Historical Lens," *International Journal of Islamic Economics*, vol. 6, no. 3, pp. 88–104, 2023.
13. S. Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016. <https://opac.perpusnas.go.id>
14. OECD, *The Digital Transformation of SMEs*. Paris: OECD Publishing, 2021. doi: 10.1787/bdb9256a-en.
15. H. Costa, G. Nicoletti, M. Pisu, and C. von Rueden, "Welcome to the (Digital) Jungle: Measuring Online Platform Diffusion," OECD Economics Department Working Papers, no. 1683, 2021. doi: 10.1787/b4e771d7-en.
16. R. R. Nasir, "A Legal Comparison Regarding Abuse of Dominant Position by Online Platforms," *Jurnal Persaingan Usaha*, vol. 5, no. 2, 2025. doi: 10.55869/kppu.v5i2.225.
17. OECD, "SME Digitalisation to 'Build Back Better': Digital for SMEs (D4SME) Policy Paper," OECD SME and Entrepreneurship Papers, no. 31, 2021. doi: 10.1787/50193089-en.
18. S. Kergroach, "SMEs Going Digital: Policy Challenges and Recommendations," OECD Going Digital Toolkit Notes, no. 15, 2021. doi: 10.1787/c91088a4-en.
19. UNCTAD, *Digital Economy Report 2021: Cross-Border Data Flows and Development—For Whom the Data Flow*. Geneva: United Nations, 2021.
20. OECD, *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2021*. Paris: OECD Publishing, 2021. doi: 10.1787/97a5bbfe-en.
21. Asian Development Bank, *Asia Small and Medium-Sized Enterprise Monitor 2021, Volume II: How Asia's Small Businesses Survived a Year into the COVID-19 Pandemic*. Manila: ADB, 2022. doi: 10.22617/TCS220169-2.
22. W. Ilham S., Y. Andriansyah, and B. Sobirov, "Application of Islamic Business Ethics in Online Marketplace: A Study among Bukalapak Users in Yogyakarta, Indonesia," *Journal of Islamic Economics Lariba*, vol. 10, no. 1, pp. 593–622, 2024. doi: 10.20885/jielariba.vol10.iss1.art30.
23. International Labour Organization, *World Employment and Social Outlook 2021: The Role of Digital Labour Platforms in Transforming the World of Work*. Geneva: ILO, 2021.
24. U. Rani and M. Furrer, "Digital Labour Platforms and New Forms of Flexible Work in Developing Countries: Algorithmic Management of Work and Workers," *Competition & Change*, vol. 25, no. 2, pp. 212–236, 2021. doi: 10.1177/1024529420905187.
25. OECD, "Data Shaping Firms and Markets," OECD Digital Economy Papers, no. 344, 2022. doi: 10.1787/7b1a2d70-en.
26. K. Kurnia, "Analisis Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Distribusi Aplikasi Digital oleh Google LLC," *Jurnal Persaingan Usaha*, vol. 4, no. 1, 2024. doi: 10.55869/kppu.v4i1.97.
27. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, "Satu Dekade, Transformasi Digital UMKM Dorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional," *Siaran Pers No. 584/HM/KOMINFO/09/2024*, 2024.
28. OECD, "The Role of Online Marketplaces in Protecting and Empowering Consumers: Country and Business Survey Findings," OECD Digital Economy Papers, no. 329, 2022. doi: 10.1787/9d8cc586-en.
29. A. B. Rosandy, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Digital: Studi Kasus Transparansi dan Kejujuran di Platform E-Commerce UMKM Fashion," *TSARWAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 9, no. 2, 2024. doi: 10.32678/tsarwah.v9i2.12478.
30. S. P. Lestari and Misbakhussurur, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Transaksi Penjualan Online di Shopee," *AL-MASHALIH (Journal of Islamic Law)*, vol. 5, no. 2, pp. 96–104, 2024. doi: 10.59270/mashalih.v5i02.236.
31. Y. A. Bashori, K. Umami, and S. H. Wahid, "Maqasid Shariah-Based Digital Economy Model: Integration, Sustainability and Transformation," *Malaysian Journal of Syariah and Law*, vol. 12, no. 2, pp. 405–425, 2024. doi: 10.33102/mjsl.vol12no2.647.
32. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, "Kominfo Latih 60 Ribu Pelaku UMKM Agar Lebih Berdaya Saing," *Siaran Pers No. 585/HM/KOMINFO/09/2024*, 2024.
33. A. Febriyanto, E. P. Saputro, and D. P. Setyaningrum, "Intensi Penggunaan Digital Payment pada UMKM: Analisis Multigroup High and Low Trust," *Jurnal Persaingan Usaha*, vol. 4, no. 2, 2024. doi: 10.55869/kppu.v4i2.123.
34. K. Anwar, D. N. A. Balbisi, and N. Wahidah, "The Implementation of TikTok Live Shopping: An Islamic Business Ethics Perspective," *Journal of Islamic Economics Management and Business*, vol. 6, no. 2, 2024. doi: 10.21580/jiemb.2024.6.2.24246.
35. Bank Indonesia, *Laporan Kebijakan Moneter Triwulan IV 2023*. Jakarta: Bank Indonesia, 2024.