

PENYELENGGARAAN USAHA PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK DI INDONESIA: ANALISIS TEORI *MASLAHAH* TERHADAP PERMENDAG NOMOR 19 TAHUN 2026

Noval Farouk Allydrus¹, Devita Alfiyatus Sa'adah²

^{1,2}Magister Hukum, UIN Walisongo Semarang
Email: 24020780011@student.walisongo.ac.id¹

Abstrak

Perkembangan perdagangan digital di Indonesia mendorong pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Permendag 19/2026) pada 8 Juni 2026, yang mencabut dan menggantikan Permendag Nomor 31 Tahun 2023. Penelitian ini bertujuan menganalisis kedudukan Permendag 19/2026 dalam hierarki peraturan perundang-undangan di Indonesia serta menilai keberadaan pengaturannya menggunakan teori *masalah* dalam kajian *maqasid syariah*. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), yang didukung dengan data dan pemberitaan aktual terkait perdagangan elektronik di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara hierarkis, Permendag 19/2026 sah dan mempunyai kekuatan hukum mengikat karena dibentuk berdasarkan kewenangan atribusi Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, sebagaimana diakui keberadaannya melalui Pasal 8 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan. Dari segi substansi, Permendag 19/2026 memuat lima pokok pengaturan utama, yaitu penguatan visibilitas dan promosi produk dalam negeri, fasilitasi legalitas pelaku usaha, transparansi kemitraan platform digital, penguatan perlindungan konsumen, serta penataan pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) dalam kegiatan perdagangan elektronik. Ditinjau dari teori *masalah*, keberadaan Permendag 19/2026 dinilai telah sesuai dengan *maqasid syariah*, khususnya dalam mewujudkan *hifz al-nafs* (perlindungan diri/konsumen) dan *hifz al-mal* (perlindungan harta), karena pengaturan tersebut lebih banyak mendatangkan kemaslahatan (*jalb al-manfa'ah*) dan mencegah kemudharatan (*dar' al-mafsadah*) bagi pelaku usaha maupun konsumen dalam ekosistem perdagangan digital nasional.

Kata Kunci: *Teori Masalah; Maqasid Syariah; Permendag Nomor 19 Tahun 2026; Perdagangan Melalui Sistem Elektronik; Perlindungan Konsumen*

Abstract

The rapid growth of digital trade in Indonesia has prompted the government to issue Minister of Trade Regulation Number 19 of 2026 concerning the Administration of Trade through Electronic Systems (Permendag 19/2026), enacted on 8 June 2026, which revokes and replaces Permendag Number 31 of 2023. This study aims to analyze the legal standing of Permendag 19/2026 within Indonesia's hierarchy of laws and regulations, and to assess its substance through the lens of *masalah* theory within *maqasid al-shariah*. This is a normative legal study employing a statute

approach and a conceptual approach, supported by current data and news reports on Indonesia's e-commerce landscape. The findings indicate that Permendag 19/2026 is hierarchically valid and legally binding, as it was formed under the attributive authority of Government Regulation Number 80 of 2019, as recognized through Article 8 of Law Number 12 of 2011 concerning the Formation of Laws and Regulations. In terms of substance, Permendag 19/2026 contains five main points of regulation: strengthening the visibility and promotion of domestic products, facilitating business legality, ensuring transparency in digital platform partnerships, strengthening consumer protection, and regulating the use of artificial intelligence in electronic trading activities. Viewed from maslahah theory, the existence of Permendag 19/2026 is considered consistent with maqasid al-shariah, particularly in realizing hifz al-nafs (protection of the self/consumer) and hifz al-mal (protection of property), as its provisions bring more benefit (jalb al-manfa'ah) and prevent harm (dar' al-mafsadah) for both business actors and consumers within the national digital trade ecosystem.

Keywords: *Maslahah Theory; Maqasid Al-Shariah; Minister of Trade Regulation Number 19 of 2026; Electronic Trading System; Consumer Protection*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap perdagangan di Indonesia secara signifikan. Aktivitas jual beli yang dahulu dilakukan secara konvensional kini banyak beralih ke ranah digital melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), baik dalam bentuk *marketplace*, *social commerce*, maupun platform digital lainnya. Pertumbuhan ini membawa manfaat besar bagi pelaku usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), namun di sisi lain juga memunculkan berbagai persoalan baru, seperti maraknya pemberitaan mengenai praktik *predatory pricing*, produk impor yang membanjiri pasar dalam negeri dengan harga di bawah wajar, penipuan dalam transaksi daring, hingga penyalahgunaan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dalam kegiatan promosi produk yang berpotensi menyesatkan konsumen.

Signifikansi persoalan tersebut semakin terasa apabila dicermati dari data pertumbuhan ekonomi digital nasional. Nilai transaksi perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia meningkat dari Rp401 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp487 triliun pada tahun 2024, sejalan dengan terus bertambahnya jumlah pengguna internet dan smartphone yang mendorong pergeseran pola konsumsi masyarakat dari cara konvensional menuju cara digital.¹ Pertumbuhan transaksi tersebut turut ditopang oleh dominasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam struktur pelaku usaha PMSE, di mana lebih dari 96% pelaku usaha tercatat memiliki omzet tahunan di bawah Rp2 miliar, sehingga sektor ini sekaligus menjadi pendorong utama daya saing bisnis nasional sekaligus kelompok yang paling rentan terhadap gejala persaingan usaha yang tidak sehat, termasuk praktik *predatory pricing* dari produk impor berharga sangat murah.² Kondisi inilah yang memperkuat

¹Endah Sekar Rini et al., "Analisis Pengaruh Perkembangan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Indonesia Tahun 2021–2025," *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan* 4, no. 4 (2026): 26782–26790, <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6790>.

²Ratnawaty Marginingsih et al., "Transformasi Digital: Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Indonesia," *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 5, no. 2 (2025): 4641–4656, <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v5i2.2863>.

urgensi kehadiran instrumen hukum yang mampu menyeimbangkan pesatnya pertumbuhan ekonomi digital dengan perlindungan bagi pelaku usaha dalam negeri dan konsumen, sebagaimana yang hendak diwujudkan melalui Permendag Nomor 19 Tahun 2026.

Merespons dinamika tersebut, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut Permendag 19/2026) yang ditandatangani oleh Menteri Perdagangan Budi Santoso pada 8 Juni 2026. Regulasi ini sekaligus mencabut dan menggantikan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dengan pertimbangan bahwa ketentuan sebelumnya sudah tidak lagi sesuai dengan perkembangan hukum dan ekosistem perdagangan digital, termasuk munculnya model bisnis baru seperti *social commerce*, *ride-hailing*, dan *Online Travel Agent (OTA)*, serta pemanfaatan AI dalam aktivitas perdagangan elektronik.

Keberadaan Permendag 19/2026 menimbulkan dua persoalan mendasar yang menarik untuk dikaji. Pertama, dari sisi legalitas formal, peraturan menteri (Permendag) tidak disebutkan secara eksplisit dalam jenis dan hierarki peraturan perundang-undangan sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan. Hal ini berpotensi menimbulkan keraguan mengenai kedudukan dan kekuatan mengikat Permendag 19/2026 apabila tidak ditelusuri lebih lanjut melalui Pasal 8 undang-undang yang sama. Kedua, dari sisi substansi, perlu dikaji apakah keberadaan Permendag 19/2026 sebagai instrumen hukum yang mengatur PMSE di Indonesia telah membawa kemaslahatan (manfaat) yang lebih besar dibandingkan kemudharatan (mafsadat) bagi para pihak yang terlibat, khususnya pelaku usaha dan konsumen, apabila ditinjau menggunakan teori *maslahah* dalam kajian *maqasid syariah*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dirumuskan ke dalam dua rumusan masalah: (1) bagaimana kedudukan Permendag Nomor 19 Tahun 2026 dalam hierarki peraturan perundang-undangan di Indonesia; dan (2) bagaimana penyelenggaraan usaha PMSE di Indonesia sebagaimana diatur dalam Permendag Nomor 19 Tahun 2026 ditinjau dari perspektif teori *maslahah*. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab kedua rumusan masalah tersebut sekaligus memberikan kontribusi akademik dalam kajian hukum ekonomi syariah terhadap regulasi perdagangan digital di Indonesia.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (yuridis normatif), yaitu penelitian yang mengkaji norma, regulasi, dan peraturan perundang-undangan sebagai objek utama kajian. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), yaitu dengan menelaah latar belakang, dasar pertimbangan, dan hierarki pembentukan Permendag Nomor 19 Tahun 2026, serta pendekatan konseptual (*conceptual approach*), yaitu dengan menganalisis substansi pengaturan tersebut menggunakan konsep dan teori *maslahah* dalam kajian *maqasid syariah*.

Bahan hukum primer dalam penelitian ini terdiri atas Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan beserta perubahannya, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Permendag Nomor 19 Tahun 2026, dan Permendag

Nomor 31 Tahun 2023. Bahan hukum sekunder diperoleh dari literatur mengenai teori *masalah* dan *maqasid syariah*, jurnal ilmiah, serta data dan pemberitaan media massa terkini terkait praktik dan dinamika perdagangan elektronik di Indonesia. Penggunaan data dan berita sebagai bahan pendukung dibenarkan mengingat sifat penelitian ini yang normatif, sehingga data tersebut berfungsi sebagai penguat latar belakang dan konteks empiris atas norma yang dikaji, bukan sebagai data primer penelitian lapangan.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Kedudukan Permendag Nomor 19 Tahun 2026 dalam Hierarki Peraturan Perundang-Undangan

Pasal 7 ayat (1) Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan³ (sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 dan terakhir Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022) menetapkan jenis dan hierarki peraturan perundang-undangan yang terdiri atas: Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945; Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat; Undang-Undang/Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang; Peraturan Pemerintah; Peraturan Presiden; Peraturan Daerah Provinsi; dan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota. Peraturan Menteri tidak termasuk dalam ketujuh jenjang tersebut, sehingga secara sepintas kedudukannya berada di luar hierarki formal peraturan perundang-undangan.

Sekilas, ketiadaan peraturan menteri dalam Pasal 7 tersebut dapat menimbulkan kesan bahwa keberadaan Permendag sebagai instrumen hukum tidak memiliki dasar yang kuat, atau bahkan dianggap sebagai peraturan kebijakan (*beleidsregel*) semata yang tidak setara dengan peraturan perundang-undangan pada umumnya. Namun demikian, Pasal 8 undang-undang yang sama⁴ menegaskan bahwa peraturan yang ditetapkan oleh Majelis Permusyawaratan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Mahkamah Agung, Mahkamah Konstitusi, Badan Pemeriksa Keuangan, Komisi Yudisial, Bank Indonesia, Menteri, badan, lembaga, atau komisi yang setingkat, serta Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, diakui keberadaannya dan mempunyai kekuatan hukum mengikat sepanjang diperintahkan oleh peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi atau dibentuk berdasarkan kewenangan. Ketentuan inilah yang menjadi dasar validitas Peraturan Menteri, termasuk Permendag, sebagai bagian dari sistem peraturan perundang-undangan Indonesia, sekaligus menjadi wujud dari asas *delegated legislation* (pendelegasian kewenangan pengaturan) yang lazim dianut dalam sistem hukum modern, termasuk Indonesia.⁵

³Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan*, Ps. 7 ayat (1), sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 dan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022.

⁴Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan*, Ps. 8 ayat (1) dan (2).

⁵Ubaiyana dan Mar'atun Fitriah, "Kedudukan Peraturan Menteri sebagai Bagian dari Peraturan Perundang-undangan Berdasarkan UU 12/2011," *Mimbar Hukum* 33, no. 2 (2021): 599–623, <https://doi.org/10.22146/mh.v33i2.2322>; Zaka Firma Aditya dan M. Reza Winata, "Rekonstruksi Hierarki Peraturan Perundang-Undang di Indonesia," *Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan* 9, no. 1 (2018): 79–100, <https://doi.org/10.22212/jnh.v9i1.976>; Juwita Putri Pratama, Lita Tyesta ALW, dan Sekar Anggun Gading Pinilih, "Eksistensi Kedudukan Peraturan Menteri terhadap Peraturan Daerah dalam Hierarki Peraturan Perundang-Undang," *Jurnal Konstitusi* 19, no. 4 (2022): 865–885, <https://doi.org/10.31078/jk1947>.

Dalam Permendag Nomor 19 Tahun 2026, konsiderans peraturan ini menyebutkan bahwa pembentukannya dilakukan untuk melaksanakan ketentuan Pasal 7 ayat (5) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik⁶. Dengan kata lain, Permendag 19/2026 lahir sebagai peraturan pelaksana yang secara eksplisit diperintahkan oleh peraturan yang hierarkinya lebih tinggi, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. Rangkaian delegasi kewenangan ini secara berjenjang dapat ditelusuri mulai dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan⁷ sebagai landasan pembentukan norma di tingkat undang-undang, kemudian dijabarkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 sebagai peraturan pelaksana di tingkat pemerintah pusat, dan selanjutnya dioperasionalkan secara lebih teknis melalui Permendag Nomor 19 Tahun 2026. Pola berjenjang ini memperlihatkan berlakunya asas *lex superior derogat legi inferiori* sekaligus asas bahwa peraturan yang lebih rendah tidak boleh bertentangan dengan peraturan yang lebih tinggi, dan pada saat yang sama menegaskan bahwa Permendag tetap tunduk dan bersumber pada kewenangan atribusi maupun delegasi yang diberikan oleh peraturan di atasnya.

Aspek lain yang perlu dicermati adalah alasan penggantian Permendag Nomor 31 Tahun 2023 oleh Permendag Nomor 19 Tahun 2026. Konsiderans Permendag 19/2026 menegaskan bahwa Permendag Nomor 31 Tahun 2023 sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan hukum dan kebutuhan pengaturan ekosistem perdagangan digital, terutama karena munculnya model bisnis baru yang belum terakomodasi sebelumnya, seperti *social commerce*, *ride-hailing*, dan *Online Travel Agent (OTA)*, serta meluasnya pemanfaatan kecerdasan buatan dalam aktivitas perdagangan.⁸ Penggantian ini menunjukkan berlakunya prinsip bahwa hukum harus responsif terhadap perkembangan masyarakat (*law as a tool of social engineering*), sehingga suatu regulasi yang sudah tidak relevan lagi dengan kebutuhan riil di lapangan sepatutnya dicabut dan diganti dengan regulasi yang lebih adaptif, tanpa mengurangi keabsahan proses pembentukannya secara formal.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Permendag Nomor 19 Tahun 2026 memiliki kedudukan yang sah dan kekuatan hukum yang mengikat, karena telah memenuhi syarat sebagaimana ditentukan dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011, yaitu dibentuk atas dasar perintah dari peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi (PP Nomor 80 Tahun 2019) dan sesuai dengan kewenangan atribusi yang dimiliki oleh Menteri Perdagangan. Validitas formal ini menjadi prasyarat penting sebelum pembahasan lebih lanjut mengenai substansi pengaturan dan kesesuaiannya dengan teori *maslahah*, sebab suatu norma yang secara prosedural tidak sah pada dasarnya tidak dapat dinilai kemaslahatannya secara utuh, betapapun baiknya substansi yang dikandungnya.

2. Pokok-Pokok Pengaturan Permendag Nomor 19 Tahun 2026

⁶Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*, Ps. 7 ayat (5); lihat juga konsiderans Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

⁷Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*.

⁸“Aturan E-Commerce Resmi Berlaku, Apa yang Berubah?”, CNN Indonesia, 9 Juni 2026; “Permendag 19/2026 Perluas Pengaturan PMSE dan Kewajiban Marketplace,” MUC Consulting, Juni 2026.

Secara garis besar, Permendag Nomor 19 Tahun 2026 memuat lima pokok pengaturan utama yang mencerminkan arah kebijakan Kementerian Perdagangan dalam menata ekosistem perdagangan digital nasional. Kelima pokok pengaturan tersebut dapat diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

a. Penguatan Visibilitas dan Promosi Produk Dalam Negeri

Permendag 19/2026 menegaskan keberpihakan terhadap produk dalam negeri dan UMKM melalui ketentuan dalam bab tersendiri mengenai Pemberdayaan Perdagangan Dalam Negeri.⁹ Regulasi ini mempertahankan pembatasan terhadap barang jadi asal luar negeri yang diperdagangkan secara langsung ke Indonesia melalui PMSE, sebagai kelanjutan dari kebijakan sebelumnya yang bertujuan mencegah membanjirnya produk impor yang dapat mematikan daya saing produk lokal. Kebijakan ini merupakan respons atas fenomena yang banyak diberitakan, yaitu masuknya produk impor dengan harga sangat murah melalui platform digital lintas negara, yang dinilai berpotensi merugikan pelaku UMKM dalam negeri.

b. Fasilitas Legalitas Pelaku Usaha

Permendag 19/2026 mewajibkan pedagang dalam negeri yang memanfaatkan PMSE untuk memiliki Perizinan Berusaha, paling sedikit berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) di sektor perdagangan.¹⁰ PPMSE diwajibkan menolak pendaftaran pedagang yang belum memenuhi ketentuan perizinan tersebut, namun pada saat yang sama regulasi ini juga memperkenalkan mekanisme transisi yang lebih akomodatif, yaitu pendaftaran sementara dengan label “Dalam Proses Legalisasi” bagi pedagang yang sedang mengurus izin usaha, dengan batas waktu paling lama enam bulan sejak terdaftar.¹¹ Apabila kewajiban tersebut tidak dipenuhi setelah jangka waktu berakhir, PPMSE wajib melakukan pembatasan hak akses berupa penghentian transaksi. Ketentuan ini mencerminkan upaya pemerintah menyeimbangkan antara kepastian hukum (*law enforcement*) dan kemudahan berusaha (*ease of doing business*), khususnya bagi pelaku usaha mikro dan kecil yang baru merintis usaha di platform digital.

c. Transparansi Kemitraan Platform Digital

Permendag 19/2026 memperluas cakupan model bisnis Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) dengan menambahkan *social commerce*, *ride-hailing*, dan *Online Travel Agent* (OTA) sebagai model bisnis baru yang diatur,¹² di samping model bisnis yang telah diatur sebelumnya seperti *marketplace*, iklan baris daring, platform pembanding harga, dan layanan *daily deals*. Perluasan cakupan ini penting mengingat perkembangan ekosistem digital yang semakin kompleks, di mana batas antara sektor perdagangan, transportasi, dan pariwisata menjadi semakin kabur akibat konvergensi teknologi. Selain itu, regulasi ini juga menekankan transparansi biaya platform yang dibebankan kepada pedagang,¹³ sehingga hubungan kemitraan

⁹“Permendag 19/2026 Resmi Berlaku, 6 Poin Penting Ini Wajib Diketahui Pengusaha Digital,” Rava News, Juni 2026, bagian mengenai Bab V Pemberdayaan Perdagangan Dalam Negeri.

¹⁰“Permendag 19/2026 Perluas Pengaturan PMSE dan Kewajiban Marketplace,” MUC Consulting, Juni 2026, bagian mengenai kewajiban Perizinan Berusaha dan Sistem OSS.

¹¹“Permendag 19/2026 Perluas Pengaturan PMSE dan Kewajiban Marketplace,” MUC Consulting, Juni 2026, bagian mengenai label “Dalam Proses Legalisasi”.

¹²“Permendag 19/2026 Resmi Berlaku, 6 Poin Penting Ini Wajib Diketahui Pengusaha Digital,” Rava News, Juni 2026; “Permendag 19/2026 Perluas Pengaturan PMSE dan Kewajiban Marketplace,” MUC Consulting, Juni 2026.

¹³“Permendag 19/2026 Perluas Pengaturan PMSE dan Kewajiban Marketplace,” MUC Consulting, Juni 2026, bagian mengenai transparansi biaya platform.

antara PPMSE dan pedagang menjadi lebih adil dan tidak menimbulkan ketimpangan informasi (*asymmetric information*) yang merugikan pedagang, khususnya pelaku UMKM yang secara struktural memiliki daya tawar lebih rendah dibandingkan penyelenggara platform besar.

d. Penguatan Perlindungan Konsumen

Permendag 19/2026 mewajibkan PPMSE luar negeri untuk menunjuk perwakilan di Indonesia apabila memenuhi salah satu dari tiga ambang batas, yaitu memiliki paling sedikit 1.000 konsumen dalam negeri dalam satu tahun, melakukan paling sedikit 1.000 pengiriman paket kepada konsumen dalam negeri dalam satu tahun, dan/atau memiliki traffic atau pengakses paling sedikit 1% dari total pengguna internet dalam negeri dalam satu periode.¹⁴ Kewajiban ini dimaksudkan untuk mendukung perlindungan konsumen, pembinaan pelaku usaha, serta penyelesaian sengketa, mengingat selama ini konsumen sering kesulitan menuntut pertanggungjawaban PPMSE luar negeri yang tidak memiliki kehadiran fisik di Indonesia. Selain itu, regulasi ini juga memuat rincian mengenai praktik manipulasi harga yang dilarang, antara lain penjualan barang dengan harga akhir yang secara konsisten berada di bawah harga pokok produksi wajar,¹⁵ sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen dari praktik *dumping* maupun terhadap pelaku usaha lain dari persaingan usaha tidak sehat.

e. Penataan Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI)

Sebagai salah satu poin paling baru dan tidak ditemukan dalam Permendag Nomor 31 Tahun 2023, Permendag 19/2026 mulai mengakomodasi penggunaan teknologi AI dalam perdagangan elektronik dengan menekankan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan konsumen.¹⁶ Ketentuan ini merespons semakin meluasnya pemanfaatan AI oleh platform digital untuk rekomendasi produk, layanan pelanggan otomatis (*chatbot*), hingga pembuatan konten promosi, yang apabila tidak diatur berpotensi menyesatkan konsumen, misalnya melalui konten promosi yang dihasilkan AI namun disajikan seolah-olah merupakan ulasan atau testimoni manusia yang otentik. Kewajiban pelabelan konten berbasis AI dalam kegiatan promosi merupakan bentuk konkret dari upaya menjaga integritas informasi yang diterima konsumen dalam mengambil keputusan bertransaksi.

Kelima pokok pengaturan tersebut, apabila dibandingkan dengan Permendag Nomor 31 Tahun 2023, menunjukkan pergeseran arah kebijakan yang cukup signifikan, yaitu dari sekadar pengaturan perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan yang bersifat administratif, menjadi pengaturan yang lebih komprehensif dan responsif terhadap perkembangan model bisnis serta teknologi terbaru dalam ekosistem PMSE. Hal ini menunjukkan bahwa Permendag 19/2026 tidak sekadar memperbarui ketentuan teknis administratif, tetapi juga merespons secara substantif berbagai persoalan aktual, khususnya yang berkaitan dengan

¹⁴Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Ps. 22 ayat (1); “Permendag 19/2026 Resmi Berlaku, 6 Poin Penting Ini Wajib Diketahui Pengusaha Digital,” Rava News, Juni 2026.

¹⁵“Permendag 19/2026 Perluas Pengaturan PMSE dan Kewajiban Marketplace,” MUC Consulting, Juni 2026, bagian mengenai larangan praktik manipulasi harga.

¹⁶“Aturan Baru Ecommerce Juni 2026 Resmi Terbit, Ini Perubahan Penting yang Perlu Diketahui,” Medcom.id, Juni 2026; “Regulasi E-Commerce Terbaru Indonesia Perluas Tanggung Jawab Platform melalui Transparansi Biaya, Prioritas Produk Dalam Negeri, dan Pelabelan Konten Berbasis AI,” Hukumonline Pro, 2026.

perlindungan pihak yang secara struktural berada pada posisi lebih lemah, yaitu konsumen dan pelaku usaha dalam negeri berskala kecil dan menengah.

3. Analisis Teori Masalah terhadap Permendag Nomor 19 Tahun 2026

Secara epistemologis, ulama ushul fiqh mengklasifikasikan *masalah* menjadi tiga kategori berdasarkan ada tidaknya pengakuan syara' terhadapnya, yaitu *masalah mu'tabarah*, *masalah mulghah*, dan *masalah mursalah*.¹⁷ *Maslahah mu'tabarah* adalah kemaslahatan yang keberadaannya diakui secara tegas oleh *nash*, baik Al-Qur'an maupun Hadis, sehingga suatu ketentuan hukum yang sejalan dengannya memperoleh legitimasi langsung dari dalil syar'i. *Maslahah mulghah* adalah kemaslahatan yang secara zahir tampak baik, namun ditolak oleh *nash* karena substansinya bertentangan dengan prinsip syariah, sehingga tidak dapat dijadikan dasar penetapan hukum. Adapun *masalah mursalah* adalah kemaslahatan yang tidak terdapat dalil khusus, baik yang mengakui maupun menolaknya secara eksplisit, tetapi sejalan dengan *maqasid syariah* secara umum, sehingga menjadi ruang bagi *ulil amri* untuk menetapkan kebijakan kontekstual sesuai kebutuhan zaman, sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip dasar syariah. Berdasarkan klasifikasi tersebut, Permendag Nomor 19 Tahun 2026 tidak dapat dikategorikan sebagai *masalah mu'tabarah*, karena tidak terdapat *nash* yang secara khusus dan eksplisit mengatur penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik, platform digital, maupun pemanfaatan kecerdasan buatan dalam kegiatan promosi. Regulasi ini juga tidak dapat digolongkan sebagai *masalah mulghah*, sebab tidak ditemukan pertentangan antara substansi pengaturannya dengan *nash* maupun prinsip dasar syariah; sebaliknya, ketentuan-ketentuan di dalamnya sejalan dengan nilai keadilan, larangan *gharar*, dan larangan *ghabn fahisy* sebagaimana diuraikan pada bagian berikut. Dengan demikian, Permendag Nomor 19 Tahun 2026 paling tepat dikategorikan sebagai produk *masalah mursalah*, yaitu kebijakan yang lahir dari kewenangan pemerintah (*ulil amri*) untuk mengatur persoalan kontemporer yang tidak diatur secara eksplisit oleh *nash*, namun dibutuhkan demi terwujudnya kemaslahatan umum, sejalan dengan kaidah fiqhiyyah *tasharruf al-imam 'ala al-ra'iyah manutun bi al-maslahah*, yaitu bahwa kebijakan pemimpin terhadap rakyatnya harus senantiasa berorientasi pada kemaslahatan.

Suatu ketentuan hukum dinilai sesuai dengan *masalah* apabila keberadaannya mendatangkan manfaat (*jalb al-manfa'ah*) dan/atau mencegah kemudharatan (*dar' al-mafsadah*) bagi kehidupan manusia, khususnya dalam kaitannya dengan lima unsur pokok *al-dharuriyat al-khams*. Untuk menilai kesesuaian Permendag Nomor 19 Tahun 2026 dengan teori *masalah*, penelitian ini memetakan setiap pokok pengaturan yang telah diuraikan pada sub-bab sebelumnya ke dalam unsur *maqasid syariah* yang paling relevan, kemudian menilai tingkat kepentingannya, apakah tergolong *masalah dharuriyah* (primer, menyangkut hal yang sangat mendasar), *hajiyyah* (sekunder, menyangkut kemudahan dan kelonggaran), atau *tahsiniyah* (tersier, menyangkut penyempurnaan dan kepatutan).

Unsur *hifz al-nafs* merupakan unsur yang paling dominan tercermin dalam Permendag 19/2026, khususnya melalui pengaturan mengenai kewajiban keakuratan informasi produk, keamanan transaksi, mekanisme penyelesaian sengketa, kewajiban penunjukan perwakilan bagi PPMSE luar negeri, serta transparansi dan akuntabilitas dalam pemanfaatan AI. Ketentuan-ketentuan ini pada dasarnya ditujukan untuk melindungi konsumen dari risiko kerugian, penyesatan informasi,

¹⁷Abu Hamid Al-Ghazali, *Al-Mustashfa min 'Ilm al-Ushul* (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah); Abu Ishaq Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syariah* (Beirut: Dar al-Ma'rifah).

maupun ketidakpastian hukum dalam bertransaksi secara elektronik. Perlindungan terhadap keselamatan dan kepentingan konsumen ini sejalan dengan tujuan *hifz al-nafs*, yaitu menjaga diri manusia dari hal-hal yang dapat merugikan atau membahayakannya, termasuk kerugian yang bersifat non-fisik seperti penipuan, penyesatan informasi, dan ketidakpastian hukum dalam transaksi digital. Kewajiban penunjukan perwakilan bagi PPMSE luar negeri, misalnya, secara langsung menjawab persoalan yang selama ini dikeluhkan konsumen, yaitu sulitnya menuntut pertanggungjawaban platform lintas negara apabila terjadi sengketa. Dengan demikian, ketentuan ini dapat dikategorikan sebagai *masalah* yang mendekati tingkat *dharuriyah*, karena menyangkut perlindungan dasar atas keselamatan dan kepastian hukum konsumen dalam bertransaksi.¹⁸

Unsur *hifz al-mal* tercermin dalam ketentuan mengenai kewajiban legalitas usaha, larangan praktik manipulasi harga (*predatory pricing*), transparansi biaya platform, serta keberpihakan terhadap produk dalam negeri dan UMKM. Ketentuan-ketentuan ini pada dasarnya bertujuan melindungi harta kekayaan para pihak, baik konsumen dari kerugian finansial akibat penipuan atau transaksi yang tidak wajar, maupun pelaku usaha dalam negeri dari persaingan usaha yang tidak sehat akibat serbuan produk impor dengan harga di bawah wajar. Larangan *predatory pricing*, misalnya, sejalan dengan kaidah fikih yang melarang praktik jual beli yang mengandung unsur *ghabn fahisy* (penipuan harga yang keterlaluan) dan yang dapat merusak mekanisme pasar yang adil (*'adl al-suq*). Demikian pula kewajiban transparansi biaya platform mencerminkan upaya mencegah *gharar* (ketidakjelasan) dalam hubungan kemitraan antara PPMSE dan pedagang, sehingga hak dan kewajiban masing-masing pihak menjadi jelas dan terukur. Ketentuan-ketentuan ini dapat dikategorikan sebagai *masalah* pada tingkat *dharuriyah* hingga *hajiyyah*, bergantung pada seberapa besar dampak finansial yang ditimbulkan apabila ketentuan tersebut tidak diatur.¹⁹

Selain *hifz al-nafs* dan *hifz al-mal*, ketentuan mengenai transparansi dan akuntabilitas pemanfaatan AI, termasuk kewajiban pelabelan konten berbasis AI dalam kegiatan promosi, juga dapat dikaitkan dengan unsur *hifz al-'aql*. Unsur ini pada dasarnya bertujuan menjaga akal dan nalar manusia dari hal-hal yang dapat merusak atau mengelabuinya, yang secara klasik banyak dikaitkan dengan larangan konsumsi zat yang memabukkan, namun dalam konteks kontemporer dapat diperluas maknanya untuk mencakup perlindungan terhadap manipulasi informasi dan disinformasi yang dapat menyesatkan proses berpikir dan pengambilan keputusan seseorang. Konten promosi yang dihasilkan AI namun disajikan seolah-olah sebagai opini atau testimoni manusia yang otentik berpotensi menyesatkan nalar konsumen dalam menilai kualitas dan kredibilitas suatu produk. Dengan mewajibkan pelabelan yang jelas atas konten berbasis AI, Permendag 19/2026 turut berkontribusi menjaga integritas proses berpikir konsumen dalam mengambil keputusan ekonomi, sehingga dapat dikategorikan sebagai *masalah* pada tingkat *hajiyyah* hingga *tahsiniyah*.²⁰

¹⁸Herman dan A. Edeth Fuari Anatasya, "Perlindungan Konsumen Online dalam Perspektif Maqāṣid al-Sharī'ah: Studi Sosio-Legal di Indonesia," *Qisthosia: Jurnal Syariah & Hukum* 6, no. 1 (2025): 50–63, <https://doi.org/10.46870/jhki.v6i1.1552>.

¹⁹H. A. Saragih et al., "Kaidah Fiqhiyyah dan Perlindungan Konsumen dalam Akad Jual Beli Syariah: Analisis terhadap Praktik Bisnis di Era Digital," *Jotika Research in Business Law* 5, no. 1 (2026): 39–45.

²⁰Adinda Putri dan Juliana Putri, "Implementasi Prinsip Maqashid Syariah dalam Sistem Pembayaran Digital pada Platform E-Commerce di Indonesia," *Journal of Management, Accounting and Administration* 2, no. 2 (2025): 105–112, <https://doi.org/10.52620/jomaa.v2i2.205>.

Berbeda dengan tiga unsur sebelumnya, unsur *hifz al-din* (menjaga agama) dan *hifz al-nasl* (menjaga keturunan) tidak secara langsung menjadi objek pengaturan Permendag 19/2026, mengingat regulasi ini bersifat sektoral di bidang perdagangan dan tidak secara khusus mengatur persoalan keagamaan maupun persoalan keluarga dan keturunan. Meskipun demikian, secara tidak langsung (*indirect maslahah*), terciptanya ekosistem perdagangan digital yang tertib, adil, dan terpercaya turut mendukung terwujudnya tatanan ekonomi umat (*al-nizham al-iqtishadi*) yang sehat, yang pada gilirannya berkontribusi pada kesejahteraan keluarga dan masyarakat secara lebih luas. Oleh karena itu, keterkaitan Permendag 19/2026 dengan kedua unsur ini bersifat tidak langsung dan bukan menjadi fokus utama dalam analisis *maslahah* terhadap regulasi ini.

D. Penutup

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan dua hal. Pertama, Permendag Nomor 19 Tahun 2026 memiliki kedudukan yang sah dan kekuatan hukum mengikat dalam sistem peraturan perundang-undangan di Indonesia, meskipun peraturan menteri tidak disebutkan secara eksplisit dalam hierarki Pasal 7 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011, karena keberadaannya diakui melalui Pasal 8 undang-undang yang sama sepanjang dibentuk berdasarkan perintah peraturan yang lebih tinggi, dalam hal ini Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. Kedua, ditinjau dari teori *maslahah* dalam kajian *maqasid syariah*, Permendag Nomor 19 Tahun 2026 dikategorikan sebagai produk *maslahah mursalah*, yaitu kemaslahatan yang tidak diatur secara eksplisit oleh *nash* namun lahir dari kewenangan pemerintah (*ulil amri*) dan tidak bertentangan dengan prinsip dasar syariah, bukan *maslahah mu'tabarah* maupun *maslahah mulghah*. Penyelenggaraan usaha PMSE di Indonesia sebagaimana diatur dalam Permendag Nomor 19 Tahun 2026 telah sesuai dengan prinsip *maslahah*, terutama dalam mewujudkan *hifz al-nafs* melalui penguatan perlindungan konsumen dan *hifz al-mal* melalui penataan legalitas usaha, pencegahan manipulasi harga, serta keberpihakan terhadap produk dalam negeri dan UMKM, sehingga keberadaan regulasi ini dinilai lebih banyak mendatangkan kemaslahatan dibandingkan kemudharatan bagi para pihak yang terlibat dalam ekosistem perdagangan digital nasional.

Secara lebih rinci, kemaslahatan yang dihasilkan Permendag 19/2026 mencakup perlindungan *hifz al-nafs*, yaitu keakuratan informasi produk, keamanan transaksi, mekanisme penyelesaian sengketa, dan kewajiban penunjukan perwakilan bagi PPMSE luar negeri; perlindungan *hifz al-mal*, yaitu kewajiban legalitas usaha, larangan *predatory pricing*, transparansi biaya platform, serta keberpihakan terhadap produk dalam negeri dan UMKM; dan perlindungan *hifz al-'aql* melalui kewajiban pelabelan konten promosi berbasis AI. Adapun kemudharatan yang hendak dicegah melalui regulasi ini antara lain kerugian konsumen akibat penipuan dan penyesatan informasi dalam transaksi elektronik, ketidakpastian hukum bagi konsumen yang berhadapan dengan PPMSE luar negeri, kerugian pelaku usaha dalam negeri khususnya UMKM akibat serbuan produk impor berharga di bawah wajar (*predatory pricing/dumping*), *gharar* dalam hubungan kemitraan antara PPMSE dan pedagang, serta disinformasi akibat konten promosi berbasis AI yang disajikan seolah-olah otentik. Dengan demikian, kemaslahatan yang dihasilkan Permendag 19/2026 dinilai lebih dominan dibandingkan kemudharatan yang berpotensi timbul, sehingga secara keseluruhan regulasi ini selaras dengan tujuan *maqasid syariah* dalam mewujudkan *jalb al-manfa'ah* dan *dar' al-mafsadah* bagi pelaku usaha dan konsumen.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mengkaji Permendag Nomor 19 Tahun 2026 dari perspektif normatif dan konseptual, sehingga belum menyentuh aspek efektivitas

implementasi di lapangan. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk mengkaji implementasi Permendag Nomor 19 Tahun 2026 secara empiris, khususnya terkait kepatuhan pelaku usaha dan efektivitas perlindungan konsumen dalam praktik perdagangan elektronik di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-undangan

- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan*.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan*.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*.
- Republik Indonesia. *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2026 tentang Penyelenggaraan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.

Jurnal

- Ubaiyana, dan Mar'atun Fitriah. "Kedudukan Peraturan Menteri sebagai Bagian dari Peraturan Perundang-undangan Berdasarkan UU 12/2011." *Mimbar Hukum* 33, no. 2 (2021): 599-623. <https://doi.org/10.22146/mh.v33i2.2322>.
- Aditya, Zaka Firma, dan M. Reza Winata. "Rekonstruksi Hierarki Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia." *Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan* 9, no. 1 (2018): 79-100. <https://doi.org/10.22212/jnh.v9i1.976>.
- Pratama, Juwita Putri, Lita Tyesta ALW, dan Sekar Anggun Gading Pinilih. "Eksistensi Kedudukan Peraturan Menteri terhadap Peraturan Daerah dalam Hierarki Peraturan Perundang-Undangan." *Jurnal Konstitusi* 19, no. 4 (2022): 865-885. <https://doi.org/10.31078/jk1947>.
- Wahyuni, Sri, Asmuni, dan Tuti Anggraini. "Analisis Maqashid dan *Maslahah* Transaksi E-Commerce di Indonesia." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, no. 2 (2023). <http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrpe/article/view/8703>.
- Herman, dan A. Edeth Fuari Anatasya. "Perlindungan Konsumen Online dalam Perspektif Maqāṣid al-Sharī'ah: Studi Sosio-Legal di Indonesia." *Qisthosia: Jurnal Syariah & Hukum* 6, no. 1 (2025): 50-63. <https://doi.org/10.46870/jhki.v6i1.1552>.
- Saragih, H. A., A. Widyana, K. S. Putri, dan A. Rahman. "Kaidah Fiqhiyyah dan Perlindungan Konsumen dalam Akad Jual Beli Syariah: Analisis terhadap Praktik Bisnis di Era Digital." *Jotika Research in Business Law* 5, no. 1 (2026): 39-45.
- Putri, Adinda, dan Juliana Putri. "Implementasi Prinsip Maqashid Syariah dalam Sistem Pembayaran Digital pada Platform E-Commerce di Indonesia." *Journal of Management, Accounting and Administration* 2, no. 2 (2025): 105-112. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v2i2.205>.

Marginingsih, Ratnawaty, Isnurrini Hidayat Susilowati, Imelda Sari, dan Wiwik Widiyanti. "Transformasi Digital: Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Indonesia." *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 5, no. 2 (2025): 4641-4656. <https://doi.org/10.54373/ifiheb.v5i2.2863>.

Rini, Endah Sekar, Fadila Khairunnisa, Haza Ulandari, Nuraini Bilqis, Safira Thahara, dan Yasmin Imtyaz. "Analisis Pengaruh Perkembangan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Indonesia Tahun 2021-2025." *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan* 4, no. 4 (2026): 26782-26790. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6790>.

Website

Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan RI. "Ditjen PDN Sosialisasikan Permendag Nomor 19 Tahun 2026 untuk Perkuat Tata Kelola Perdagangan Melalui Sistem Elektronik." ditjenpdn.kemendag.go.id, 2026.

CNN Indonesia. "Aturan E-Commerce Resmi Berlaku, Apa yang Berubah?" cnnindonesia.com, Juni 2026.

MUC Consulting. "Permendag 19/2026 Perluas Pengaturan PMSE dan Kewajiban Marketplace." Juni 2026.

Rava News. "Permendag 19/2026 Resmi Berlaku, 6 Poin Penting Ini Wajib Diketahui Pengusaha Digital." Juni 2026.

Medcom.id. "Aturan Baru Ecommerce Juni 2026 Resmi Terbit, Ini Perubahan Penting yang Perlu Diketahui." Juni 2026.

Hukumonline Pro. "Regulasi E-Commerce Terbaru Indonesia Perluas Tanggung Jawab Platform melalui Transparansi Biaya, Prioritas Produk Dalam Negeri, dan Pelabelan Konten Berbasis AI." 2026.