

SKRIPSI

**TINJAUAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM PENCEGAHAN
PRAKTIK JUAL RUGI PADA PERDAGANGAN MARKETPLACE**

Disusun dan diajukan oleh:

RICHARD FEBRYAN RAIN TUNG

NIM. B011181340



PROGRAM STUDI ILMU HUKUM/DEPARTEMEN HUKUM KEPERDATAAN

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

HALAMAN JUDUL

**TINJAUAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM PENCEGAHAN
PRAKTIK JUAL RUGI PADA PERDAGANGAN MARKETPLACE**

oleh:

RICHARD FEBRYAN RAINYUNG

B011181340

SKRIPSI

**Sebagai Tugas Akhir dalam Rangka Penyelesaian Studi Sarjana pada
Departemen Hukum Keperdataan Program Studi Ilmu Hukum**

PEMINATAN HUKUM EKONOMI DAN BISNIS

DEPARTEMEN HUKUM KEPERDATAAN

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

PENGESAHAN SKRIPSI

**TINJAUAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM PENCEGAHAN PRAKTIK JUAL RUGI
PADA PERDAGANGAN MARKETPLACE**

Disusun dan diajukan oleh:

RICHARD FEBRYAN RAINTUNG

B011181340

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin pada hari Kamis, 29 Desember 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan.

Menyetujui,

Ketua

Dr. Oky Deviany Burhamzah, S.H., M.H
NIP.196509061990022001

Sekretaris

Amaliyah, S.H., M.H
NIP.198702262014042001

Ketua Program Studi

Sarjana Ilmu Hukum



Dr. Muhammad Ilham Arisaputra SH.,M.Kn
NIP.198408182010121005

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Diterangkan bahwa Skripsi mahasiswa :

Nama : Richard Febryan Raintung
Nomor Induk Mahasiswa : B011181340
Peminatan : Hukum Ekonomi dan Bisnis
Departemen : Hukum Keperdataan
Judul : Tinjauan Hukum Persaingan Usaha Dalam Pencegahan Praktik Jual Rugi Pada Persaingan Perusahaan *Marketplace*

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan pada ujian skripsi.

Makassar, 20 Oktober 2022

Pembimbing Utama



Dr. Oky Deviany, S.H., M.H.
NIP. 19650906199022001

Pembimbing Pendamping



Amaliyah S.H., M.H
NIP. 198702262014042001

PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS HUKUM

Jln. Perintis Kemerdekaan KM.10 Kota Makassar 90245, Propinsi Sulawesi Selatan
Telp : (0411) 587219,546686, Website: <https://lawfaculty.unhas.ac.id>

PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama	: RICHARD FEBRYAN RAIN TUNG
N I M	: B011181340
Program Studi	: Ilmu Hukum
Departemen	: Hukum Keperdataan
Judul Skripsi	: <i>Tinjauan Hukum Persaingan Usaha Terhadap Dugaan Praktik Jual Rugi pada Perdagangan Marketplace</i>

Memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian skripsi sebagai ujian akhir program studi.

Makassar, Desember 2022



Prof. Dr. Hamzah Halim, SH., M.H., M.A.P.
NIP. 19731231 199903 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Richard Febryan Raintung
Nomor Induk Mahasiswa : B011181340
Program Studi : Ilmu Hukum
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa Skripsi dengan judul “Tinjauan Hukum Persaingan Usaha Dalam Pencegahan Praktik Jual Rugi Pada Perdagangan *Marketplace*” adalah BENAR merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain.

Apabila dikemudian hari, Skripsi saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 20 Oktober 2022

Yang membuat Pernyataan,



RICHARD FEBRYAN RAINTUNG

ABSTRAK

RICHARD FEBRYAN RAINTUNG (B011181340), Tinjauan Hukum Persaingan Usaha Dalam Pencegahan Praktik Jual Rugi Pada Perdagangan *Marketplace*, dibimbing oleh Oky Deviany, dan Amaliyah.

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan peran pemerintah dan penegakan hukum persaingan usaha dalam dugaan praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace* berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Penelitian ini merupakan penelitian hukum empiris yang dilaksanakan secara daring di Kantor Komisi Pengawas Persaingan Usaha Pusat di Jakarta, Badan Pusat Penelitian dan Pengembangan Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, dan beberapa pelaku usaha di *marketplace*.

Hasil penelitian ini, yaitu (1) Peran pemerintah dalam mencegah terjadinya praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace* melalui Permendag Nomor 50 tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, tetapi peraturan tersebut tidak sejalan dengan praktiknya. (2) Bentuk penegakan hukum oleh KPPU dalam dugaan praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace*, yaitu menerima dan menyelidiki laporan atas dugaan pelanggaran pelaku usaha penyedia layanan jasa perdagangan melalui sistem elektronik sesuai dengan peraturan dan pedoman yang berlaku.

Kata Kunci: Persaingan Usaha, Jual Rugi, *Marketplace*.

ABSTRACT

RICHARD FEBRYAN RAINTUNG (B011181340), Business Law Review in Prevention of Predatory Pricing on Marketplace Trading, guided by Oky Deviany, and Amaliyah.

This study aims to outline the role of the government and business competition law enforcement in the alleged practice of selling and losing in marketplace trading based on Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopoly Practices and Unfair Business Competition.

This research is an empirical legal research carried out online at the Office of the Central Business Competition Supervisory Commission in Jakarta, the Central Agency for Trade Research and Development of the Ministry of Trade of the Republic of Indonesia, and several business actors in the marketplace.

The results of this study is (1) The role of the government in preventing the practice of predatory pricing in marketplace trading through Permendag Number 50 of 2020 concerning Provisions for Business Licensing, Advertising, Coaching, and Supervision of Business Actors in Trading Through Electronic Systems. However, the regulations are not in line with practice. (2) The form of law enforcement by the KPPU in the alleged practice of selling and losing in marketplace trading, namely receiving and investigating reports of alleged violations of business actors providing trading services through electronic systems in accordance with applicable regulations and guidelines.

Keywords: Business Competition, Predatory pricing, Marketplace.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat dan penyertaan-Nya kepada Penulis, sehingga pada akhirnya Skripsi yang diajukan sebagai tugas akhir Penulis dengan judul **“Tinjauan Yuridis Pencegahan Praktik Jual Rugi Pada Perdagangan *Marketplace*”** dapat terselesaikan.

Suatu pencapaian terbesar yang Penulis dengan terselesaikannya Skripsi ini, sebagai bukti perjuangan dan pertanggungjawaban Penulis selama menempuh Pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin tercinta. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dan masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, Penulis bersedia menerima saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini. Besar harapan Penulis, skripsi ini dapat menjadi acuan dan bahan untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca.

Penyusunan skripsi ini tidak luput dari doa dan dukungan dari beberapa pihak yang sangat membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis ingin mempersembahkan skripsi ini dengan penuh ketulusan hati kepada kedua orang tua Penulis yang sangat Penulis cintai, Oddy Hengky Raintung dan Lie le Leng yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan kepada Penulis selama ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para pihak telah membantu Penulis menyelesaikan skripsi ini dengan luar biasa. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Jamaluddin Jompa, M.Si selaku Rektor Universitas Hasanuddin, Prof. drg. Muhammad Ruslin, M. Kes., Ph.D., Sp.BM (K). selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan, Prof. Subehan, S.Si., M.Pharm.Sc., Ph.D., Apt. selaku Wakil Rektor Bidang Perencanaan, Pengembangan, dan Keuangan, Prof. Dr. Farida Pattingi, S.H., M. Hum. selaku Wakil Rektorat Bidang Sumber Daya Manusia, Alumni dan Sistem Informasi, dan Prof. Dr. Eng. Ir. Andi Maulana, S.T., M. Phil selaku Wakil Rektor Bidang Kemitraan, Inovasi, Kewirausahaan, dan Bisnis.
2. Bapak Prof. Dr. Hamzah Halim, S.H., M.H., M.A.P selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Maskun, S.H., LL.M. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan, Prof. Dr. Iin Kartika Sakharina, S.H., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Perencanaan, Sumber Daya, dan Alumni, dan Dr. Ratnawati, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bidang Kemitraan, Riset, dan Inovasi.
3. Bapak Dr. Muhammad Ilham Arisaputra S.H., M.Kn selaku Ketua Program Studi Ilmu Hukum, terima kasih banyak atas ilmu, arahan dan kemudahan yang telah diberikan selama ini.
4. Bapak Dr. Winner Sitorus S.H., M.H., LL.M selaku Ketua Gugus Penjaminan Mutu Fakultas Hukum Universitas Hasanddin, terima kasih banyak atas ilmu, arahan dan kemudahan yang telah diberikan selama ini.

5. Ibu Dr. Aulia Rifai S.H., M.H., selaku Ketua Departemen Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, terima kasih banyak atas ilmu, arahan dan kemudahan yang telah diberikan selama penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Oky Deviany S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Amaliyah S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang selama ini membimbing, mengarahkan, menasehati, dan mendorong penulis dengan sepenuh hati sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
7. Bapak Prof. Dr. Ahmadi Miru S.H., M.S dan Bapak Dr. Winner Sitorus S.H., M.H., LL.M selaku Dosen Penilai dalam skripsi penulis yang telah menyempatkan waktu pada ujian penulis, dan memberikan masukan dan saran kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai. Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas segala arahan, saran, dan bantuan yang senantiasa diberikan;
8. Terima kasih kepada Bapak Dr. Syamsudin Muchtar S.H., M.H., selaku Dosen Penasehat Akademik Penulis.
9. Terima kasih kepada seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang telah memberikan segala pengetahuan dan pengalaman, serta membimbing dan mengarahkan penulis, yang sangat bermanfaat bagi penulis kedepannya.

10. Terima kasih kepada seluruh Staf Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang senantiasa membantu dan memudahkan penulis dalam perlengkapan administrasi untuk penyelesaian skripsi ini.
11. Terima kasih kepada Bapak Riffa Utama, Bapak Supriyanto, Bapak Andhi, Bapak Molid N. Hadi dan Ibu Esa Listiana di Kantor Badan Pusat Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang telah membantu penulis dalam melengkapi data penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Terima kasih kepada Bapak Deswin Nur S.E., M.E. selaku Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Kerja Sama di Kantor Komisi Pengawas Persaingan Usaha Pusat yang telah membantu penulis dalam melengkapi data penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Terima kasih kepada Bapak Muh. Topan Abadi, Bapak Kelvin Gowanto, dan Delicia Ngadiman selaku Pelaku Usaha *Marketplace* yang telah membantu penulis dalam melengkapi data penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Terima kasih kepada teman-teman penulis pada PMK FH-UH, LeDHaK, AMPUH, UKM Basket FH-UH, dan UKM Bola Basket Universitas Hasanuddin yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah menemani penulis selama berproses di Universitas Hasanuddin.

15. Terima kasih kepada teman – teman *Coaching Staff Zion Basketball Team* yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, menemani, dan terus memberi dukungan kepada penulis selama berproses di bangku perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya.

Makassar, 20 Oktober 2022



Richard Febryan Raintung

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Keaslian Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Pengertian dan Dasar Hukum Persaingan Usaha	9
B. Bentuk – bentuk Pelanggaran dalam Hukum Persaingan Usaha	16
C. Jual Rugi.....	18
1. Pengertian dan Unsur Praktik Jual Rugi.....	18
2. Jual Rugi berdasarkan Prinsip Ekonomi.....	22
D. Pendekatan dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha	26
1. Pendekatan <i>Per se illegal</i>	27
2. Pendekatan <i>Rule of Reason</i>	30
3. Pendekatan Administratif, Perdata, dan Pidana	31
4. Pendekatan Preventif dan Represif.....	33
5. Pengecualian dan Pembebasan (<i>Exclusion & Exemption</i>)...33	
E. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)	34
F. Perdagangan Elektronik (<i>E-commerce</i>).....	40
G. <i>Marketplace</i>	43
BAB III METODE PENELITIAN	50

A. Lokasi Penelitian	50
B. Populasi dan Sampel.....	50
C. Jenis dan Sumber Data.....	51
D. Teknik Pengumpulan Data.....	52
E. Analisis Data.....	52
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	53
A. Analisis Peran Pemerintah dalam Mencegah Terjadinya Praktik Jual Rugi pada Perdagangan <i>Marketplace</i>	53
B. Analisis Penegakan Hukum KPPU dalam Dugaan Praktik Jual Rugi pada Perdagangan <i>Marketplace</i>	68
BAB V PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peringkat <i>Marketplace</i>.....	78
Tabel 2. Data Penjualan Toko 88 Makassar di <i>Marketplace</i>.....	80
<i>Tabel 3. Penjualan Toko Hobby Hunter di beberapa <i>Marketplace</i>.....</i>	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk ekonomi terus berkembang dan tidak pernah merasa puas sehingga dibutuhkan hukum untuk mengatur kehidupan manusia, khususnya di era digital. Cara pandang ekonomi terhadap hukum dapat membantu hukum dan ilmu hukum tidak saja menjadi alat untuk mencapai tujuan hukum, atau hanya berperan sebagai penyedia keadilan, namun sebagai pendorong untuk mengubah perilaku manusia (*altering behaviour*) sebagai subjek hukum mencapai sasaran dan cita-cita hukum.¹ Oleh karena itu, perdagangan digital melalui *marketplace* harus berlandaskan pada hukum yang berlaku.

Hukum memiliki peran penting untuk mengatur sistem hukum bagi para pelaku usaha. Tantangan terbesar pemerintah ialah menciptakan produk dan mengimplikasinya untuk mengakomodir perkembangan ekonomi dan persaingan dibidang usaha. Tolok ukurnya adalah kemampuan hukum untuk menjadi *aid* yang bersifat *healing*, sehingga bukan hanya mengakomodir, tetapi juga mendukung komponen penting di pasar perdagangan, mulai dari lembaga pemerintah dan swasta, pelaku pasar, dan para profesional yang bergerak agar sejalan dengan perkembangan ekonomi. Dalam menciptakan suatu regulasi dan ketentuan hukum, pemerintah memiliki kewajiban untuk membuat regulasi yang

¹ Fajar Sugianto, 2014, *Economic Analysis of Law*, Seri I, Kencana, Jakarta, hlm. 39.

efektif, efisien, dan responsif.² Regulasi yang dibuat perlu diperhatikan agar tidak menimbulkan kekakuan yang dapat menghalangi daya tanggap pasar dan menimbulkan efek domino terhadap keseluruhan dinamika interaksi perekonomian.

Indonesia sebagai negara hukum memiliki regulasi yang mengatur kegiatan usaha nasional di bidang perekonomian untuk melindungi setiap hak masyarakat untuk berusaha demi kesejahteraan sosial sebagaimana yang diamanatkan di dalam Pasal 33 Ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945) yang mengatur bahwa "Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan".³ Amanat ini kemudian dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No.5/1999) yang mengatur mengenai perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi dominan yang dapat menimbulkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam kegiatan usaha.

Setiap negara berinovasi untuk menghadirkan sistem perdagangan yang memudahkan penjual dan pembeli untuk dapat melakukan transaksi dengan sangat mudah. Adanya wabah pandemi Covid-19, semakin memacu perekonomian dunia untuk mengembangkan suatu sistem perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce*. Menurut Munir

² Fajar Sugianto., Op.Cit., hlm.39

³ Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Fuady, *e-commerce* adalah suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi melalui sistem elektronik.⁴ Perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce* diatur pada Pasal 1 angka 24 Undang-Undang No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan bahwa:

“Perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.”⁵

E-commerce diharapkan menciptakan transaksi jual beli barang maupun jasa yang mudah bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan usaha maupun untuk tujuan konsumsi. Namun, terdapat beberapa hal yang dapat memicu terjadinya permasalahan di dalam penggunaan *marketplace* yang dapat diindikasikan sebagai bentuk persaingan usaha tidak sehat, yaitu adanya promosi yang ditawarkan sehingga menambah minat beli masyarakat pengguna, seperti promosi uang kembali (*cashback*), promosi potongan harga secara *abnormal* pada tanggal tertentu atau memanfaatkan momen tertentu, promo gratis ongkos kirim ke seluruh daerah di Indonesia. Selain itu, terdapat pula indikasi penjualan produk asing di *marketplace* yang dijual dengan promosi harga yang sangat rendah. Hal ini dapat diindikasikan sebagai suatu praktik jual rugi yang dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dalam sistem perdagangan.

⁴ Munir Fuady, 2002, *Pengantar Hukum Bisnis, menata bisnis modern di era global*, Bandung, PT. Citra Aditya

⁵ Undang - Undang No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Praktik jual rugi diatur dalam UU No. 5/1999 sebagai perjanjian yang dilarang dan juga sebagai kegiatan yang dilarang. Presiden Republik Indonesia, Bapak Joko Widodo dalam pidatonya saat menghadiri Peresmian Pembukaan Rapat Kerja Nasional Kementerian Perdagangan Tahun 2021, mengatakan bahwa perdagangan digital di Indonesia harus mendorong pengembangan dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) RI. Namun, Presiden Joko Widodo menyinggung mengenai adanya suatu tindakan yang tidak sehat dalam perdagangan digital di Indonesia yang dapat mematikan UMKM di Indonesia.⁶ Menurut bapak Presiden, Pemerintah harus membela, melindungi, dan memberdayakan UMKM di Indonesia sebagai tugas pemerintah. Merespon informasi yang disampaikan oleh Presiden terkait praktik perdagangan digital yang berpotensi mematikan UMKM di dalam negeri, Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi mengaku telah menemukan indikasinya. Indikasinya adalah munculnya praktik perdagangan usaha tidak sehat dengan cara jual rugi yang merusak pasar dalam negeri yang berpotensi terjadi di salah satu *platform e-commerce* asing.⁷ Untuk mengungkap kasus tersebut, menteri perdagangan menyatakan bahwa perlu adanya penyelidikan yang tuntas dan jelas.

Menurut Piter Abdullah, seorang ekonom senior Bank Indonesia dalam wawancara eksklusif bersama CNBC Indonesia, bahwa dalam

⁶ Joko Widodo, Pidato: 'Rapat Kerja Nasional Kementerian Perdagangan RI Tahun 2021', Akun Youtube Kementerian Perdagangan, 4 Maret 2021.

⁷ Muhammad Lutfi, Konferensi Pers: 'Rapat Kerja Nasional Kementrian Perdagangan RI tahun 2021', 4 Maret 2021

membuktikan dan menyelidiki adanya praktik jual rugi adalah tindakan yang sangat sulit dilakukan terkhususnya pada perdagangan *marketplace*. Hal ini disebabkan karena perlu ditentukan pihak yang diduga melakukan praktik jual rugi tersebut.⁸ Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin mengkaji lebih lanjut mengenai peranan pemerintah dan proses penegakan hukum terkait dugaan terjadinya praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace* sebagai bentuk persaingan usaha tidak sehat.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran pemerintah dalam mencegah terjadinya praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace*?
2. Bagaimana bentuk penegakan hukum oleh KPPU dalam dugaan praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguraikan peran pemerintah dalam mencegah terjadinya praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace*.
2. Untuk menguraikan bentuk penegakan hukum oleh KPPU dalam praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat teoretis, diharapkan menambah wawasan serta menjadi bahan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya hukum persaingan usaha dalam perdagangan digital.

⁸ Piter Abdullah, Wawancara, PROFIT: CNBC Indonesia, Jakarta, 9 Maret 2021

2. Manfaat praktis, diharapkan menjadi sumber pemikiran dan informasi bagi para penegak hukum dan referensi bagi masyarakat khususnya para pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatan usaha serta menjadi rujukan bagi peneliti lain.

E. Keaslian Penelitian

Berdasarkan penelusuran yang penulis lakukan, terdapat beberapa judul skripsi yang membahas tema yang hampir sama dengan skripsi penulis, antara lain:

1. Skripsi oleh Ruth Ulam Sari, Universitas Padjajaran, 2018 dengan judul “Dugaan Praktik Jual Rugi yang Dilakukan Perusahaan Penyedia Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi dihubungkan dengan UU No 5/1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”. Hasil penelitian bahwa dugaan praktik jual rugi (*predatory pricing*) yang dilakukan perusahaan penyediaan jasa transportasi berbasis aplikasi terbukti memenuhi unsur-unsur dalam Pasal 20 UU Persaingan Usaha. Penegakan hukum yang seharusnya dilakukan oleh KPPU terhadap pelanggaran Pasal 20 oleh perusahaan penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi, yaitu melakukan kajian yang dilanjutkan dengan pemeriksaan dan penyelidikan tentang kegiatan jual rugi yang dilakukan perusahaan penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi.
2. Skripsi oleh Adiwidya Imam Rahayu, Universitas Indonesia, 2010 dengan judul “Dugaan Praktik Jual Rugi dalam Industri

Telekomunikasi di Indonesia ditinjau dari Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”. Hasil penelitian bahwa perang tarif antar operator seluler mengakibatkan semakin rendahnya biaya telekomunikasi yang sepintas terlihat menguntungkan masyarakat, namun kenyataannya banyak konsumen yang merasa kualitas dan pelayanan operator seluler belum maksimal. Dalam melihat tujuan pelaku usaha menetapkan harga dengan sangat rendah haruslah dikaji skala produksi pelaku usaha tersebut. Dugaan suatu pelaku usaha melakukan praktek jual rugi sebaiknya terlebih dahulu melakukan analisis yang berkaitan dengan diberlakukannya *unreasonable price* oleh si pelaku usaha *predator*.

3. Skripsi oleh Toriq Husein Akbar, Universitas Jember, 2020 dengan judul “Dugaan Jual Rugi Semen Conch ditinjau dari Perspektif Persaingan Usaha”. Hasil penelitian bahwa dugaan suatu pelaku usaha melakukan praktek jual rugi sebaiknya terlebih dahulu dikaji dan dilakukan analisis yang berkaitan dengan praktek jual rugi tersebut. Penegakan hukum bagi kegiatan jual rugi mutlak diperlukan agar menciptakan keadilan, kepastian, dan kemanfaatan hukum. Selain itu, agar memberikan kesempatan yang sama bagi setiap pelaku usaha pada setiap golongan untuk melakukan kegiatan usahanya.

Penelitian penulis berbeda dengan penelitian di atas, dimana penulis melakukan penelitian terkait dugaan praktik jual rugi dalam transaksi jual beli pada perdagangan *marketplace*. Penulis menguraikan peran pemerintah dalam mencegah terjadinya praktik jual rugi dan penegakan hukum oleh KPPU dalam mengidentifikasi dugaan praktik jual rugi pada perdagangan *marketplace* sesuai dengan UU No. 5/1999 sehingga penulis dapat mempertanggungjawabkan originalitas penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian dan Dasar Hukum Persaingan Usaha

Salah satu regulasi yang mengatur kegiatan di bidang usaha, yaitu Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disingkat UU No. 5/1999). Hukum persaingan usaha di Indonesia lahir dilatarbelakangi oleh penandatanganan perjanjian bersyarat antara Dana Moneter Internasional (*International Monetary Fund* atau IMF) dengan Pemerintah Republik Indonesia pada tanggal 15 Januari 1998. Perjanjian tersebut berisi persetujuan IMF untuk memberikan bantuan keuangan kepada Indonesia sebesar USD 43 Miliar dalam mengatasi krisis ekonomi dengan syarat bahwa Indonesia harus melaksanakan reformasi ekonomi dan hukum ekonomi tertentu.⁹

Pada masa orde baru, terjadi suatu konglomerasi dalam kegiatan usaha yang dikuasai oleh keluarga maupun partai tertentu yang berkuasa pada orde tersebut. Adanya *backup* dari partai-partai tertentu mengakibatkan terjadinya suatu politik konglomerasi dalam penyusunan peraturan maupun undang-undang khususnya untuk memonopoli kegiatan usaha. Konglomerasi tersebut mengakibatkan tersingkirnya para pelaku usaha kecil menengah akibat praktik-praktik yang tidak sehat dalam

⁹ A. Fami Lubis, dkk., 2017, Hukum Persaingan Usaha, edisi kedua, KPPU, Jakarta, hlm. 33

melaksanakan kegiatan usaha yang seharusnya berlandaskan pada asas kekeluargaan sebagaimana yang diamanatkan dalam Pasal 33 UUD NRI 1945. Perjanjian bersyarat antara IMF dan Indonesia menjadi awal reformasi ekonomi di Indonesia yang saat itu dikuasai oleh para konglomerat *super power*.

Hal ini diwujudkan oleh inisiatif DPR dengan membentuk RUU Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat. RUU ini kemudian disetujui dalam sidang paripurna DPR pada tanggal 18 Februari 1999 yang diwakili oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan Rahardi Ramelan. Kemudian ditandatangani oleh presiden RI B.J. Habibie dan berlaku secara sah ditingkat nasional pada tanggal 5 Maret 1999.¹⁰ Berlakunya UU ini juga sebagai perwujudan dari hasil sidang MPR-RI yang menetapkan tentang Pokok-Pokok Reformasi Pembangunan dalam Rangka Penyelamatan dan Normalisasi Kehidupan Nasional (MPR-RI No. X/MPR/1998) dan sebagai awal dari babak baru reformasi ekonomi Indonesia.¹¹ Lahirnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat merupakan wujud semangat menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat bagi pelaku usaha.¹²

¹⁰ A. Fami Lubis, dkk., *Op. Cit.*, hlm.34

¹¹ Ibid.

¹² Amaliyah, dkk., Tantangan dan Perkembangan Jasa Taksi Online: Perspektif Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, *Amanna Gappa*, Vol. 27 No. 1, Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, 2019, hlm. 19.

Arie Siswanto berpendapat bahwa hukum persaingan usaha (*competition law*) adalah suatu instrumen hukum yang menentukan tentang kegiatan persaingan di bidang usaha itu harus dilakukan.¹³ Hal ini menunjukkan bahwa setiap kegiatan usaha yang penuh dengan persaingan memerlukan adanya aturan yang mengatur segala bentuk kegiatan usaha. Sedangkan Hermansyah berpendapat bahwa hukum persaingan usaha adalah seperangkat aturan hukum yang mengatur mengenai segala aspek yang berkaitan dengan persaingan di dunia usaha, yang mencakup hal-hal yang boleh dilakukan dan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.¹⁴ Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa hukum persaingan usaha adalah seperangkat kaidah yang mengatur mengenai segala bentuk aktivitas usaha yang dilarang untuk dilakukan oleh para pelaku usaha untuk terciptanya kegiatan usaha yang adil dan menciptakan keteraturan di lingkungan masyarakat demi menjaga iklim usaha yang sehat dan anti monopoli. Pasal 1 angka 2 UU No. 5/1999 mengatur bahwa:

Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

¹³ Galuh Puspaningrum, 2013, *Hukum Persaingan Usaha Perjanjian dan Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, hlm. 28.

¹⁴ Hermansyah, 2008, *Pokok-Pokok Persaingan Usaha di Indonesia*, Kencana, Jakarta, hlm.2

Berdasarkan definisi tersebut bahwa pada dasarnya dalam praktik monopoli terjadi karena adanya pemusatan kekuatan ekonomi yang pada satu atau lebih pelaku usaha yang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Terjadinya praktik monopoli tersebut juga menimbulkan kerugian bagi kepentingan umum, baik dari sisi pelaku usaha dan sisi konsumen. Selain itu, Pasal 1 Angka 6 UU No. 5/1999 mendefinisikan persaingan usaha tidak sehat, bahwa:

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Berdasarkan definisi tersebut bahwa persaingan usaha tidak sehat antara para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi maupun pemasaran. Hal tersebut mencakup kegiatan yang tidak jujur, menghambat persaingan, dan melawan hukum dalam produksi dan pemasaran barang dan atau jasa. Adapun asas yang melandasi pembentukan UU No. 5/1999 pada Pasal 2, yang secara tegas menyatakan bahwa:

Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya **berasaskan demokrasi ekonomi** dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.

Demokrasi ekonomi yang dimaksud oleh UU No. 5/1999, yaitu menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi di dalam proses produksi atau pemasaran barang atau jasa. Undang-undang ini menjamin keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha maupun kepentingan masyarakat umum dalam melaksanakan

kegiatan usaha. Asas demokrasi ekonomi memuat mengenai dasar pembentukan dari UU tersebut yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi rakyat yang melindungi segenap kepentingan masyarakat dan menjaga stabilitas, efektivitas, dan efisiensi ekonomi nasional dengan menciptakan iklim usaha yang sehat. Adanya aturan mengenai persaingan usaha yang sehat, diharapkan untuk dapat mengakomodir kesempatan yang sama bagi setiap pelaku usaha dalam menjalankan usahanya atau bahkan menjamin adanya kesempatan yang sama bagi pelaku usaha yang baru ingin menjalankan usaha. Berdasarkan tujuan pembentukan di atas, maka pembentukan dirumuskan semata-mata untuk kesejahteraan setiap pelaku usaha di Indonesia. Segala kegiatan usaha harus senantiasa berlandaskan pada keadilan, kepastian, dan kemanfaatan.

Dalam UU No. 5/1999 mengatur segala bentuk pelanggaran dalam kegiatan usaha yang tidak boleh dilakukan. Bentuk-bentuk pelanggaran dalam kegiatan usaha secara garis besar mencakup perjanjian yang dilarang, kegiatan yang di larang, dan posisi dominan. Wirjono Prodjodikoro mendefinisikan pelanggaran sebagai "*overtredingen*" atau pelanggaran, yang berarti suatu perbuatan yang melanggar sesuatu dan berhubungan dengan hukum, berarti tidak lain dari pada perbuatan melawan hukum.¹⁵ Berdasarkan definisi tersebut, dapat diketahui bahwa pelanggaran

¹⁵ Wirjono Prodjodikoro, 2003, *Asas-asas Hukum Pidana*, Refika Aditama, Bandung, hlm.33

merupakan suatu tindakan yang menyimpang dari aturan hukum yang berlaku sehingga menimbulkan kekacauan di dalam lingkungan masyarakat.

Berdasarkan Pasal 1313 BW, perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikat dirinya terhadap satu orang atau lebih.¹⁶ Menurut Rachmadi Usman, pengertian perjanjian yang dilarang adalah suatu persetujuan untuk mengikatkan dirinya yang dilakukan oleh satu atau lebih pelaku usaha dengan satu atau lebih pelaku usaha lainnya dan masing-masing menaati apa yang disepakati dalam persetujuan yang berbentuk lisan ataupun tertulis, dimana isi perjanjian tersebut melanggar ketentuan undang-undang.¹⁷

Perjanjian pada Pasal 1 angka 7 UU No. 5/1999 adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis. Definisi perjanjian tersebut menyatakan bahwa perjanjian dapat dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis, sehingga keduanya diakui atau digunakan sebagai alat bukti dalam kasus persaingan usaha. Sebelumnya perjanjian tidak tertulis umumnya dianggap tidak begitu kuat sebagai alat bukti di pengadilan, karena hukum acara perdata yang

¹⁶ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, 2004, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Pradnya Paramita, Jakarta, hlm.338

¹⁷ Rachmadi Usman, 2004, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal. 17

berlaku pada saat ini lebih menekankan dan menganggap bukti tertulis atau akta otentik sebagai alat bukti yang kuat.¹⁸

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, yang dimaksud dengan kegiatan adalah aktivitas, usaha, maupun pekerjaan.¹⁹ Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa kegiatan yang dilarang dalam hukum persaingan usaha merupakan segala bentuk aktivitas, usaha maupun pekerjaan yang dilakukan oleh satu atau lebih pelaku usaha yang dapat menimbulkan suatu praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Perbedaan antara perjanjian yang dilarang dengan kegiatan yang dilarang dalam UU dapat dilihat dari pihak yang terlibat di dalamnya. Pada dasarnya perjanjian selalu melibatkan antara dua orang atau lebih yang mengikatkan dirinya karena adanya suatu kesepakatan antar pihak, sedangkan kegiatan dapat dilakukan ataupun terjadi hanya dengan satu pihak saja di dalamnya tanpa ada hubungan hukum langsung dengan pihak yang lain. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa untuk terjadinya suatu kegiatan yang dilarang bisa juga dikatakan sebagai tindakan sewenang-wenang yang dilakukan secara sepihak oleh pelaku usaha tertentu. Posisi dominan dapat terjadi akibat adanya perjanjian yang terlarang maupun kegiatan yang dilarang sehingga suatu perusahaan maupun pelaku usaha dapat memiliki pangsa pasar tertinggi, kemampuan

¹⁸ A. Fami Lubis, dkk., 2009, *Hukum Persaingan Usaha Antara Konteks dan Teks*, KPPU, Jakarta, hlm.86

¹⁹ <https://kbbi.web.id/kegiatan>., diakses pada 28 Oktober 2021

keuangan tertinggi, dan akses produksi tertinggi atas suatu barang dan atau jasa tertentu.

B. Bentuk – bentuk Pelanggaran dalam Hukum Persaingan Usaha

Bentuk-bentuk pelanggaran dalam hukum persaingan usaha dalam UU No.5/1999, antara lain sebagai berikut:

1. Perjanjian yang dilarang

Terdapat beberapa jenis perjanjian yang dilarang karena dapat mengakibatkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang diatur dalam Pasal 4 sampai Pasal 16 UU No.5/1999, antara lain:

1. Oligopoli;
2. Penetapan harga yang dibagi ke dalam 4 bagian, yaitu: penetapan harga (*price fixing agreement*), diskriminasi harga (*price discrimination agreement*), harga pemangsa, dan pengaturan Harga jual kembali (*vertical price fixing*);
3. Pembagian wilayah (*market division*);
4. Pemboikotan (*horizontal refuse to deal*);
5. Kartel; *Trust*; Oligopsoni; Integrasi vertikal;
6. Perjanjian tertutup, yang terbagi lagi ke dalam 3 bagian, yaitu: *exclusive distribution agreement*, *tying agreement*, dan *vertical agreement on discount*;
7. Perjanjian dengan pihak luar negeri.

2. Kegiatan yang dilarang

Terdapat beberapa jenis kegiatan yang dilarang karena dapat mengakibatkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Hal ini diatur dalam Pasal 17 sampai Pasal 24 UU No.5/1999, antara lain:

1. Monopoli;
2. Monopsoni;
3. Penguasaan pasar; jual rugi; dan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi;
4. Persekongkolan tender, persekongkolan membocorkan rahasia perusahaan, dan persekongkolan menghambat perdagangan.

3. Posisi Dominan

Posisi dominan dapat mengakibatkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Hal ini diatur dalam Pasal 25 sampai Pasal 28 UU No.5/1999, yaitu:

- 1) Ketentuan umum;
- 2) Jabatan rangkap;
- 3) Pemilikan saham;
- 4) Penggabungan, peleburan, pengambilalihan (*merger*).

4. Pengecualian dalam UU No.5 / 1999

Terdapat beberapa pengecualian yang diatur dalam Pasal 50 UU No. 5/1999, antara lain sebagai berikut:

- a) perbuatan pelaku usaha dan atau perjanjian antar pelaku usaha bertujuan melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku; atau
- b) perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual seperti lisensi, paten, merek dagang, hak cipta, desain produk

- industri, rangkaian elektronik terpadu, dan rahasia dagang, serta perjanjian yang berkaitan dengan waralaba; atau
- c) perjanjian penetapan standar teknis produk barang dan atau jasa yang tidak mengekang dan atau menghalangi persaingan; atau
 - d) perjanjian dalam rangka keagenan yang isinya tidak memuat ketentuan untuk memasok kembali barang dan atau jasa dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan; atau
 - e) perjanjian kerjasama penelitian untuk peningkatan atau perbaikan standar hidup masyarakat luas; atau
 - f) perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh Pemerintah Republik Indonesia; atau
 - g) perjanjian dan atau perbuatan yang bertujuan untuk ekspor yang tidak mengganggu kebutuhan dan atau pasokan pasar dalam negeri; atau
 - h) pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil; atau
 - i) kegiatan usaha koperasi yang secara khusus bertujuan untuk melayani anggotanya.²⁰

Berdasarkan hal di atas, segala bentuk perjanjian yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang telah berlaku dan tidak merugikan negara dan pelaku usaha lainnya dikecualikan dalam ketentuan UU No.5/1999. Kegiatan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil dan koperasi juga dikecualikan untuk membuka kesempatan usaha yang seluas-luasnya bagi pelaku usaha kecil dan koperasi untuk mengembangkan usahanya.

C. Jual Rugi

1. Pengertian dan Unsur Praktik Jual Rugi

Menurut Rachmadi Usman, jual rugi dilakukan dengan cara menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud menyingkirkan

²⁰ Pasal 50 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

atau mematikan usaha pesaingnya, karena tidak mampu lagi bersaing.²¹

Dalam *Black's Law Dictionary* mendefinisikan jual rugi sebagai:

*"Antitrust violation, consist of pricing below appropriate measure of cost for purpose of eliminating competitors in short run and reducing competition in long run."*²²

Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa jual rugi adalah suatu tindakan anti persaingan yang dilakukan dengan cara menetapkan harga di bawah harga pasar dalam jangka pendek. Hal ini mengakibatkan pelaku usaha pesaing tersingkir dalam persaingan kegiatan usaha di masa depan karena tidak mampu menyaingi pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi ini. Pasal 7 dan Pasal 20 UU No.5 / 1999 mengatur mengenai jual rugi bahwa:

Pasal 7

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Pasal ini dengan jelas melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar. Pasal ini menerangkan bahwa praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam hal menetapkan harga di bawah pasar dapat dilakukan oleh dua orang atau lebih yang tercantum dalam suatu perjanjian.

²¹ Rachmadi Usman, 2013, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm.435.

²² Susanti Adi Nugroho, 2012, *Hukum Persaingan Usaha dalam Teori dan Praktik serta Penerapan Hukumnya*, edisi pertama, Kencana, Jakarta, hlm. 152.

Pasal 20

Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Pasal ini mengatur mengenai kegiatan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan menjual rugi ataupun menetapkan harga yang sangat rendah. Dalam hal ini tindakan jual rugi dan penetapan harga yang sangat rendah tersebut tentunya mengakibatkan suatu praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Berdasarkan aturan dalam Pasal 20 UU No. 5/1999, dapat diketahui beberapa unsur dalam praktik jual rugi, antara lain:²³

- a. Unsur Pelaku Usaha
Pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 5 adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.
- b. Unsur Pemasokan
Memasok sebagaimana dimaksud dalam penjelasan Pasal 15 adalah menyediakan pasokan, baik barang maupun jasa, dalam kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli, dan sewa guna (leasing).
- c. Unsur Barang
Barang menurut Pasal 1 angka 16 adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.
- d. Unsur Jasa

²³ Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) UU No.5 Tahun 1999.

Jasa menurut Pasal 1 angka 17 adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

- e. Unsur Jual Rugi
Jual rugi adalah harga jual yang ditetapkan oleh pelaku usaha di bawah biaya yang dibahas dalam Pedoman
- f. Unsur Harga yang sangat rendah
Harga yang rendah adalah harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang tidak masuk akal rendahnya.
- g. Dengan maksud
Dengan maksud memiliki arti bahwa kegiatan tersebut dilakukan dengan suatu keinginan atau tujuan.
- h. Unsur Menyingkirkan atau mematikan
Menyingkirkan atau mematikan berarti mengeluarkan atau menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar bersangkutan atau menjadi tutup usahanya.
- i. Unsur Usaha Pesaing
Usaha pesaing adalah usaha pelaku usaha lain dalam pasar bersangkutan yang sama.
- j. Unsur Pasar
Menurut Pasal 1 angka 9 pengertian pasar adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.
- k. Unsur Pasar Bersangkutan
pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.
- l. Unsur Praktek Monopoli
praktek monopoli menurut Pasal 1 angka 2 adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.
- m. Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat
persaingan usaha tidak sehat menurut Pasal 1 angka 6 adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Unsur-unsur tersebut di atas harus terpenuhi agar suatu kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat dikategorikan melakukan kegiatan jual rugi. Segala bentuk kegiatan pelaku usaha dengan menjual suatu

barang dan atau jasa di bawah dari harga wajar (*reasonable price*) dan tidak masuk akal patut diduga sebagai praktik jual rugi yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

2. Jual Rugi berdasarkan Prinsip Ekonomi

Berdasarkan teori ekonomi, jual rugi adalah suatu kondisi di mana suatu pelaku usaha menetapkan harga jual dari barang dan atau jasa yang diproduksinya di bawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost*).²⁴ Pelaku usaha akan memperoleh keuntungan apabila harga jual terhadap suatu barang dan atau jasa yang dijual lebih besar dari atau sama dengan biaya produksinya, atau lebih besar dari pada biaya total rata-rata (ATC). Namun, apabila suatu pelaku usaha memproduksi pada harga di bawah biaya variabel rata-rata (AVC), maka dapat dikatakan bahwa harga tersebut sudah tidak wajar (*unreasonable*), dan jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut dapat dicurigai mempunyai maksud tertentu.

Pada umumnya praktek jual rugi dimaksudkan untuk suatu tujuan tertentu, seperti mematikan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkutan yang sama, membatasi pesaing dengan memberlakukan harga jual rugi sebagai *entry barrier*, memperoleh keuntungan besar di masa mendatang, mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu, atau merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi

²⁴ A. Fami Lubis, dkk., 2017 Hukum Persaingan Usaha, edisi kedua, KPPU, Jakarta, hlm. 188.

pemasaran. Strategi jual rugi tidak selamanya dapat dikategorikan sebagai tindakan yang dapat mematikan pelaku usaha, ada juga beberapa praktik jual rugi yang bermaksud untuk mengurangi kerugian di masa lalu yang biasa dikenal dengan istilah 'cuci gudang' untuk mengurangi kerugian yang lebih besar atau menghabiskan persediaan barang yang mendekati masa kadaluwarsa ataupun sebagai harga promosi untuk memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi pemasaran. Ada beberapa istilah ekonomi terkait praktik jual rugi, antara lain:

- a. Pangsa pasar, pelaku usaha yang memiliki pangsa pasar yang besar sering kali dapat bertindak sebagai *price setter* atau *price leader*.
- b. Biaya adalah nilai pasokan (*input*) yang digunakan untuk menghasilkan keluarannya (*output*). Dalam ilmu ekonomi perusahaan biaya terdiri dari biaya langsung atau biaya eksplisit (*explicit cost*) dan biaya implisit (*implicit cost*). Biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran nyata dari kas pelaku usaha untuk membeli atau menyewa jasa faktor-faktor produksi yang dibutuhkan. Sedangkan biaya implisit adalah biaya produksi yang memperhitungkan faktor-faktor yang dimiliki sendiri oleh perusahaan dan dipakai dalam proses produksinya sendiri.²⁵

²⁵ A. Fami Lubis, dkk., *Op. Cit.*, hlm.193.

- c. *Sunk cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha pada saat memulai kegiatan produksi usaha barang dan atau jasa, yang tidak bisa diharapkan kembali apabila industry tersebut gagal.²⁶
- d. *Reasonable price* adalah penilaian terhadap kewajaran suatu penetapan harga barang dan atau jasa tertentu dengan melakukan analisis terhadap kemampuan pelaku usaha tersebut untuk menutupi kerugian dalam jangka waktu yang cukup panjang, dan analisis keuangan pelaku usaha yang berkaitan dengan perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi.

Ditinjau dari perspektif konsumen, membeli barang atau jasa tertentu dengan kualitas dan kegunaan yang sama dengan harga yang sangat rendah merupakan hal yang membahagiakan konsumen. Ditinjau dari perspektif pelaku usaha pesaing lainnya, ketidakmampuan untuk menyesuaikan dengan harga pelaku usaha pesaing yang melakukan praktik jual rugi tentu saja merupakan malapetaka yang dapat mengakibatkan tersingkirnya pelaku usaha tersebut dalam persaingan mendapatkan pangsa pasar tertentu.

Secara sederhana, jual rugi dikondisikan ketika perusahaan yang memiliki posisi dominan atau kemampuan keuangan yang kuat (*deep pocket*) menjual produknya dibawah harga produksi dengan tujuan untuk

²⁶ Ibid., hlm. 195.

memaksa pesaingnya keluar dari pasar.²⁷ Setelah persaingan dimenangkan, perusahaan tersebut akan memainkan harga di pasar dan berupaya mengembalikan kerugiannya dengan mendapatkan keuntungan dengan memonopoli harga karena pesaingnya telah keluar dari pasar. Praktik jual rugi yang bertujuan untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing di pasar umumnya untuk mencapai suatu posisi dominan dengan menimbulkan *barrier to entry* sehingga nantinya memiliki kuasa untuk menetapkan harga yang dapat merugikan secara ekonomi karena tidak lagi menentukan harga berdasarkan prinsip permintaan dan penawaran melainkan berdasarkan posisi *incumbent* dari penguasa pasar yang nantinya akan memiliki kebebasan menaikkan harga ke tingkat yang tinggi untuk menutupi kerugian yang diderita pada saat penetapan harga sangat rendah, maupun menurunkan harga ke tingkat yang terendah lagi apabila ada pesaing baru yang tertarik mencoba peluang usaha sejenis. Dalam beberapa kasus perilaku jual rugi tidak selalu pelaku usaha monopoli, bahkan juga tidak selalu pelaku usaha yang dominan.

Tetapi lebih cenderung salah satu pelaku usaha oligopoli. Bahkan, lebih jauh lagi pelaku usaha predator tidak selalu berusaha menyingkirkan pelaku usaha pesaingnya dari pasar, tetapi lebih untuk mencegah masuknya pesaing-pesaing baru yang potensial ke dalam pasar bersangkutan. Pada saat terjadinya praktik jual rugi, terdapat beberapa

²⁷ Mustafa Kamal Rokan, 2010, Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Prakteknya di Indonesia), Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm.157.

konsekuensi yang perlu ditanggung oleh pelaku usaha, yaitu dalam pelaksanaannya pelaku usaha akan mengalami kerugian yang cukup besar, praktik jual rugi ini sulit dilakukan dalam siklus usaha yang mudah dimasuki dan ditinggalkan oleh pelaku usaha pesaing, kesediaan *sunk cost* sangat krusial untuk efektivitas penetapan biaya pada pelaku usaha pendatang, dan sulitnya melakukan praktik jual rugi karena hanya bisa dilakukan oleh pelaku usaha dominan dengan skala yang besar di pasar. Kegiatan usaha pelaku usaha pesaing yang tutup akhirnya mengakibatkan suatu posisi dominan dalam kegiatan usaha yang akan mengakibatkan penguasaan pasar tertentu.

Untuk mendeteksi terjadinya praktik jual rugi, terlebih dahulu perlu mempertimbangkan karakteristik pasar dan memastikan harga yang diberlakukan tersebut sangat tidak masuk akal. Perlu dilakukan tes untuk mendeteksi praktik jual rugi seperti *price-cost test*, *areeda-turner test*, *average total cost test*, *average avoidable cost test*, dan *recoupment test*. Selain itu, terdapat beberapa test lainnya yang bisa dipergunakan untuk menentukan penetapan harga yang sangat rendah oleh suatu pelaku usaha dimaksudkan untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan, yaitu *above-cost test* dan *limit-pricing strategy*.

D. Pendekatan dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha

Dalam hal penegakan hukum persaingan usaha, setiap negara menggunakan pendekatan yang berbeda-beda. Hal tersebut bertujuan untuk menyesuaikan pendekatan yang digunakan sehingga ketentuan yang

mengatur mengenai kegiatan usaha dapat ditaati oleh para pelaku usaha dalam menciptakan lingkungan persaingan usaha yang sehat dan terhindar dari praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Pendekatan yang digunakan untuk menegakkan hukum persaingan usaha di berbagai negara antara lain seperti, pendekatan *per se illegal* dan *rule of reason* pendekatan administratif, perdata, dan pidana, pendekatan preventif dan represif, dan pengecualian dan pembebasan (*exclusion & exemption*).²⁸ Adapun berbagai pendekatan tersebut akan diuraikan, sebagai berikut:

1. Pendekatan *Per se illegal*

KPPU memiliki tugas dan wewenang yang terkesan tumpang tindih, yaitu dapat melakukan penyelidikan, penuntutan, dan mengadili sekaligus. KPPU dapat bertindak sebagai investigator (*investigative function*), penyidik, pemeriksa, penuntut (*prosecuting function*), pemutus (*adjudication*), dan juga menjalankan fungsi konsultatif (*consultative function*).²⁹ Kemampuan untuk menjalankan peran yang *multifunction* dan memiliki keahlian di bidangnya, menjadikan KPPU sebagai lembaga yang tepat untuk menyelesaikan dan mempercepat penanganan perkara. Dalam penegakan suatu hukum persaingan usaha terdapat metode-metode analisis yang digunakan untuk menganalisis suatu persaingan usaha yang tidak sehat. Tujuan penggunaan metode analisa sebagaimana yang dimaksudkan untuk memaksimalkan penegakan hukum persaingan usaha

²⁸ Arie Siswanto, 2004, Hukum Persaingan Usaha, Edisi kedua, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 56.

²⁹ M. Sadi Is., *Op. Cit.*, hlm.55.

dalam bidang usaha yang terus menerus berkembang seiring perkembangan zaman.

Pada praktiknya, metode yang sering digunakan dalam melakukan pendekatan terhadap suatu kasus persaingan usaha adalah pendekatan *per se illegal* dan pendekatan *rule of reason* pendekatan ini dikenal dengan pendekatan yang didasarkan pada kriteria pembuktian substantif. UU No.5 / 1999 yang berlaku dalam penegakan hukum pesaingan usaha di Indonesia tidak mengatur secara spesifik terkait pendekatan yang digunakan dalam membuktikan suatu praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Namun pada prinsipnya penggunaan kedua pendekatan ini memiliki tujuan yang sama, yaitu menciptakan lingkungan usaha yang efisien demi kesejahteraan rakyat. Menurut Kissane dan Benerofe, suatu tindakan dikategorikan *per se illegal* apabila

*“...it falls into a class of acts that courts have determined are so obviously anticompetitive that little or no analysis of particular facts of the case at hand are necessary to rule the act illegal”.*³⁰

Menurut pendapat tersebut, pendekatan *per se illegal* membuka kemungkinan untuk tidak perlunya ada analisa mendalam terkait alasan-alasan yang dapat membenarkan suatu tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagaimana telah melanggar aturan yang diatur dalam hukum positif yang berlaku, melainkan hanya dibutuhkan suatu fakta yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan dihadapan pengadilan untuk menentukan suatu tindakan pelaku usaha tersebut adalah tindakan yang

³⁰ Arie Siswanto, Op.cit, hlm.65

anti persaingan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan *per se illegal* apabila setiap unsur terjadinya tindakan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat telah terpenuhi, maka suatu tindakan pelaku usaha tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap hukum pesaing, tanpa perlu menganalisa dampak yang ditimbulkan atas tindakan yang dilakukan.

Aturan yang bersifat *per se illegal* adalah aturan tegas dalam rangka menciptakan suatu kepastian hukum bagi para pelaku usaha dalam memaknai norma-norma larangan dalam hukum persaingan usaha. Berdasarkan pemaknaan akan norma hukum persaingan usaha yang sangat jelas dan tegas tersebut, diharapkan para pelaku usaha dapat memberikan arahan bagi mereka pada saat perencanaan dan pelaksanaan kegiatan usahanya tanpa khawatir adanya tuntutan hukum dari instansi terkait dan berhubungan dengan pelanggaran terhadap norma-norma larangan tersebut.

Aturan yang bersifat larangan *per se illegal* pada UU No.5/1999 dapat diidentifikasi dari kalimat yang terkandung pada aturan tiap pasalnya. Aturan yang bersifat larangan *per se illegal* tidak menyaratkan suatu kondisi “yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat” sebagai pokok dari pelanggaran, namun secara spesifik dan tegas menggunakan kata “dilarang”.

Pasal-pasal yang termasuk larangan *per se illegal*, antara lain Pasal 5 Ayat (1), Pasal 6 tentang perlakuan diskriminasi, Pasal 7 tentang penetapan harga, Pasal 10 mengenai pemboikotan, Pasal 15 tentang perjanjian tertutup, Pasal 24 tentang hambatan produksi dan pemasaran, Pasal 25 tentang posisi dominan, Pasal 26 serta Pasal 27 tentang pemilikan saham. Apabila terdapat indikasi pelanggaran oleh pelaku usaha terhadap larangan yang diatur secara *per se illegal*, maka KPPU hanya perlu membuktikan bahwa telah terjadi pelanggaran. Dengan demikian pelaku usaha yang bersangkutan sudah dianggap telah melakukan perbuatan yang dilarang tanpa melihat lagi efek yang ditimbulkannya.

2. Pendekatan *Rule of Reason*

Dalam hal memutuskan terjadinya suatu pelanggaran dari tindakan yang dilakukan oleh seseorang perlu dilakukan pendekatan tertentu untuk mendalami aspek-aspek hukum yang dilanggar oleh pelaku. Muhammad Sadi Is, mengungkapkan suatu kekuatan yang mengikat dalam suatu keputusan KPPU, KPPU dapat menggunakan beberapa aspek pendekatan yang mendasar, yaitu pendekatan struktur pasar dan pendekatan pelaku pasar.³¹ Terkait aspek struktur pasar dapat dilihat dari tingkat penguasaan pasar terhadap kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku usaha, apabila terjadi penguasaan pasar yang sangat besar maka cenderung berkolerasi positif dengan praktik bersaing secara tidak sehat. Sedangkan, dalam pendekatan terkait pelaku pasar, menelusuri mengenai aspek perilaku

³¹ M. Sadi Is., *Op. Cit.*, hlm.81-82.

pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya, dan kesesuaiannya dengan aturan yang berlaku dalam UU No. 5/1999.

Pendekatan *rule of reason* digunakan untuk menganalisa terjadinya suatu tindakan anti persaingan berdasarkan pendekatan terhadap akibat yang ditimbulkan dari suatu aktivitas kegiatan usaha terhadap kondisi persaingan di pasar. Dalam pendekatan *rule of reason* pengadilan disyaratkan untuk mempertimbangkan beberapa factor seperti latar belakang dilakukannya suatu tindakan anti persaingan, alasan bisnis di balik tindakan yang dilakukan, serta posisi pelaku tindakan dalam industri tersebut, sehingga kemudian dapat ditentukan bahwa tindakan tersebut bersifat illegal atau tidak.³² Hal yang paling dipahami dari pendekatan *rule of reason* adalah pendekatan ini perlu menggunakan analisis ekonomi untuk mengetahui dengan pasti, yaitu apakah suatu tindakan pelaku usaha memiliki implikasi kepada persaingan yang berpotensi bagi terjadinya praktik monopoli dan atau praktik persaingan usaha yang tidak sehat. Aturan yang menggunakan pendekatan *rule of reason* sebagaimana dalam UU No.5 tahun 1999, antara lain Pasal 4, Pasal 9, Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13, Pasal 17, Pasal 18, Pasal 19, Pasal 20, Pasal 26 dan Pasal 28 UU Nomor 5 Tahun 1999.

3. Pendekatan Administratif, Perdata, dan Pidana

Pendekatan administratif adalah pendekatan yang umum digunakan untuk menegakkan hukum persaingan usaha. Pendekatan ini dilakukan

³² Arie Siswanto., *Op.Cit.*, hlm.66

dengan menggunakan sarana administratif untuk mengarahkan segala tindakan pelaku usaha sesuai dengan aturan yang berlaku. Pendekatan ini biasanya dilakukan dengan memberikan kewenangan dan *advice* terhadap tindakan yang hendak diambil oleh pelaku usaha, melakukan pengamatan umum terhadap aktivitas usaha, kondisi ekonomi, dan situasi monopolistic, menentukan apakah suatu perjanjian atau tindakan termasuk sebagai tindakan yang dikecualikan maupun dibebaskan dari ketentuan persaingan usaha, memberikan peringatan terhadap pelaku usaha, melakukan koordinasi untuk mengubah/ membuat ketentuan persaingan usaha, dan mengenakan denda administratif.

Pendekatan perdata adalah pendekatan penegakan persaingan usaha dengan melakukan ganti rugi terhadap pelanggaran hukum persaingan usaha kepada pihak yang dirugikan. Dalam penegakan hukum persaingan usaha di Amerika Serikat, pihak yang dirugikan dari tindakan pelanggaran hukum persaingan usaha bisa menuntut *treble damages* melalui litigasi perdata terhadap pihak yang merugikan. *Treble damages* adalah ganti rugi yang jumlahnya mencapai tiga kali lipat dari kerugian, ditambah biaya perkara dan biaya *lawyer*.³³

Pendekatan pidana adalah pendekatan yang mengatur mengenai pelanggaran tertentu dalam persaingan usaha yang dapat dikategorikan sebagai tindakan pidana yang dapat diberikan ancaman sanksi pidana. Beberapa negara sangat berhati-hati dalam menggunakan pendekatan ini

³³ Arie Siswanto, Op.cit, hlm. 59.

dalam menegakkan hukum persaingan usaha, dan menempatkan pendekatan pidana ini sebagai *ultimum remedium* (sarana terakhir) dalam menegakkan hukum persaingan.

4. Pendekatan Preventif dan Represif

Pendekatan preventif adalah pendekatan yang digunakan untuk mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat sehingga menimbulkan konsekuensi hukum yang represif. Pendekatan preventif diberbagai negara dikenal dengan istilah *program of compliance* atau *business review program*. Pendekatan preventif biasanya dilakukan dengan aktivitas konsultasi, rekomendasi, izin pembebasan (*exemption*), pemberitahuan (*notification*).

5. Pengecualian dan Pembebasan (*Exclusion & Exemption*)

Hukum persaingan usaha memberi pengecualian dan pembebasan terhadap pelaku usaha dalam bidang tertentu, dan terhadap tindakan tertentu yang mungkin dibebaskan dari hukum persaingan usaha. Hal yang dikecualikan atau dibebaskan adalah seperti pengecualian terhadap badan hukum pemerintah, pengecualian terhadap usaha mikro kecil dan menengah, pengecualian terhadap tindakan mempengaruhi pemerintah dalam mengambil suatu kebijakan, pembebasan terhadap kerja sama horizontal antar pesaing dalam bidang riset dan produksi, pembebasan terhadap tindakan tertentu dalam persaingan usaha dengan alasan efisiensi (*efficiency defense*), pembebasan terhadap bidang usaha tertentu

yang menyangkut kepentingan publik, dan pembebasan terhadap organisasi yang bersifat *non-profit*.

E. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

Perkembangan aktivitas usaha yang begitu pesat, tentunya tidak dapat dihindarkan dari perselisihan atau sengketa antara pihak-pihak yang melakukan aktivitas usaha dagang di bidang transaksi barang dan atau jasa tertentu. Perselisihan itu biasanya timbul akibat adanya selisih kepentingan antara pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya, pelaku usaha dengan pemerintah, maupun antara pelaku usaha dengan konsumen yang merasa kepentingannya dirugikan oleh aktivitas tertentu yang dilakukan oleh pelaku usaha tertentu baik itu dalam bentuk praktik monopoli maupun persaingan usaha yang tidak sehat.

Negara hadir sebagai pihak menentukan aturan/regulasi agar terciptanya iklim usaha yang adil dan sehat untuk menghadirkan lingkungan usaha yang terus berkembang dengan kreativitas maupun inovasi yang dimiliki oleh pelaku usaha. Keberadaan aturan maupun regulasi, tanpa diiringi oleh penegakan hukumnya merupakan suatu kesia-siaan dan menimbulkan kekacauan di dalam masyarakat. Aspek penegakan hukum persaingan usaha sebagaimana yang tercantum dalam UU No. 5 tahun 1999 mengenai penegakan aspek hukum formil. Dalam aspek penegakan hukum persaingan usaha, urgensinya tidak semata-mata mengarah pada penyelesaian sengketa atau dugaan pelanggaran terhadap hukum

persaingan, melainkan juga yang tidak kalah pentingnya mencegah tindakan-tindakan yang merugikan.³⁴

Pencegahan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat juga mencakup pembatasan serta pengendalian peranan pemerintah dalam perekonomian, oleh karena itu lembaga penegak hukum persaingan usaha harus diberikan kewenangan melakukan kontrol tidak hanya terhadap tindakan-tindakan swasta, melainkan dan seharusnya pula terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah. Lembaga pengawas persaingan tersebut harus bersifat independen. Independensi tersebut tercermin dengan tidak adanya ketergantungan pada lembaga lain, terlebih lagi dengan pelaku usaha ekonomi tertentu, sehingga dapat mencerminkan karakter institusi yang independent dalam fungsinya sebagai lembaga pengawas persaingan di bidang usaha.

Untuk menjamin independensi dari lembaga pengawas, maka lembaga tersebut tidak boleh menjadi bagian dari departemen pemerintahan, seluruh anggaran dibiayai oleh APBN, dan komposisi anggota komisi terdiri dari para profesional di bidangnya. Dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tersebut, kebijakan persaingan usaha yang tertuang dalam UU No. 5/1999 diimplementasikan dengan mengamanatkan

³⁴ Putu Sudarma Sumadi, 2017, PENEGAKAN HUKUM PERSAINGAN USAHA (Hukum Acara Persaingan Usaha), Zifatama Jawara, Sidoarjo, hlm.53.

pembentukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau yang disingkat dengan KPPU.³⁵

Pasal 1 angka 18 UU No.5/1999 mengartikan KPPU adalah komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Pada Pasal 30 disebutkan bahwa KPPU dibentuk untuk mengawasi pelaksanaan UU No. 5/1999 sebagai lembaga yang independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lain yang bertanggung jawab kepada presiden. Dalam hal ini, terdapat beberapa perbedaan di negara lain, seperti di Korea Selatan pertanggung jawabannya pada Menteri Perencanaan Ekonomi (*Ministry of Economic Planning Board*), di Jepang FTC (*Fair-Trade Commision*) bertanggung jawab langsung pada perdana Menteri, dan di Australia ACCC (*Australian Competition and Consumer Commision*) bertanggung jawab langsung kepada Menteri Keuangan dan Menteri Perindustrian dan Teknologi.³⁶

Kehadiran KPPU sangat penting untuk menjaga stabilitas perekonomian nasional, khususnya di bidang usaha. Sebagai suatu lembaga independen, KPPU akan mengontrol persaingan di pasar untuk mencegah terjadinya kelangkaan, permainan harga, dan lain sebagainya yang berdampak pada perekonomian harga. Menurut Tadjuddin Noer Said (Komisioner KPPU Periode 2006-2011), KPPU bukanlah institusi hukum

³⁵ Ibid., hlm. 59.

³⁶ M. Sadi Is, 2016, Hukum Persaingan Usaha di Indonesia (Sebagai Upaya Penguatan Lembaga Komisi Pengawas Persaingan Usaha KPPU), Setara Press, Malang, hlm.53.

seperti pengadilan, melainkan istitusi yang mendorong terciptanya kesejahteraan melalui dunia usaha, sehingga penafsiran terhadap UU No.5/1999 lebih kepada “*common sense*” ekonomi dunia usaha.³⁷

Terkait susunan organisasi KPPU diatur lebih lanjut pada Pasal 34 UU No.5 Tahun 1999 bahwa pembentukan komisi serta susunan organisasi, tugas, dan fungsinya ditetapkan dengan Keputusan Presiden No. 75 tahun 1999. Susunan organisasi KPPU terdiri atas anggota komisi dan sekretariat, dengan melaksanakan tugas dan fungsinya dengan berdasarkan pada asas keadilan dan perlakuan, serta wajib mematuhi tata tertib yang telah disusun oleh KPPU. Sewaktu-waktu pula, komisi berhak membentuk kelompok kerja yang terdiri dari orang-orang berpengalaman dan ahli pada bidangnya masing-masing sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

Dalam menjalankan tugasnya, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) memiliki tugas dan wewenang tertentu sebagaimana yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Tugas dan wewenang KPPU pada Pasal 35 hingga Pasal 49 UU No. 5/1999, antara lain:

- a. menilai terhadap suatu perjanjian; atau suatu kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha; atau terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16; Pasal 17 sampai dengan Pasal 24; dan Pasal 25 sampai dengan Pasal 28.
- b. mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36;

³⁷ M. Sadi Is., *Op. Cit.*, hlm.51.

- c. memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- d. menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang- undang ini;
- e. memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Berdasarkan ketentuan di atas, KPPU bertugas menilai perjanjian-perjanjian, kegiatan-kegiatan, maupun posisi dominan pada kegiatan usaha yang diduga melakukan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. KPPU juga bertugas untuk menindaki, memberi saran dan pertimbangan, menyusun pedoman dan memberikan laporan atas hasil kerja kepada Presiden dan DPR. Lebih lanjut mengenai wewenang dari KPPU yang diatur dalam Pasal 36 UU No. 5/1999, antara lain:

- a. menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- b. melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- c. melakukan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau yang ditemukan oleh Komisi sebagai hasil penelitiannya;
- d. menyimpulkan hasil penyelidikan dan atau pemeriksaan tentang ada atau tidak adanya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- e. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini;
- f. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini;
- g. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud huruf e dan huruf f, yang tidak bersedia memenuhi panggilan Komisi;

Selain wewenang di atas KPPU juga memiliki beberapa wewenang lainnya seperti, meminta keterangan dari instansi pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan UU No. 5/1999, memperoleh, meneliti, dan atau menilai surat/dokumen atau alat bukti lain untuk mendukung tahapan penyelidikan dan atau pemeriksaan, memutus dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian terhadap pihak pelaku usaha lain atau masyarakat, dan memberitahukan putusan KPPU kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, serta menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha.

Selain KPPU, terdapat juga beberapa lembaga lain yang berwenang untuk mengadili perkara terkait praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yaitu Pengadilan Negeri dan Mahkamah Agung yang juga diberi kewenangan untuk mengadili perkara terkait. Dalam hal ini, pengadilan negeri berwenang mengadili apabila terjadi keberatan dalam suatu penyelesaian perkara persaingan usaha dan menangani pelanggaran dalam pelaksanaan keputusan KPPU (pidana). Sementara Mahkamah Agung berwenang untuk mengadili perkara persaingan sebagai tindak lanjut apabila dari putusan Pengadilan Negeri tersebut berlanjut di tingkat kasasi. Dalam hal pemberian sanksi terhadap pelanggaran persaingan ini KPPU berhak untuk memberikan sanksi administratif dan pengenaan denda, sedangkan Pengadilan Negeri dan Mahkamah Agung dapat menjatuhkan sanksi pidana, pidana denda, dan ganti rugi. Dalam hal ganti

rugi sebagaimana yang dimaksudkan hanya dijatuhkan atas permintaan pihak yang merasa dirugikan oleh tindakan pelaku usaha.

F. Perdagangan Elektronik (*E-commerce*)

E-commerce bermula di awal tahun 1970an dengan adanya inovasi *electronic fund transfer* (EFT) yang saat itu tingkat aplikasinya masih terbatas pada perusahaan besar, lembaga keuangan, dan segelintir perusahaan kecil yang nekat. Lalu muncullah *electronic data interchange* (EDI), yang berkembang dari transaksi keuangan ke transaksi lain serta memperbesar jumlah perusahaan yang berperan serta, mulai lembaga-lembaga keuangan hingga perusahaan manufaktur, ritel, layanan dan sebagainya. Aplikasi lain kemudian muncul, yang memiliki penawaran yang mencakup atas perdagangan saham hingga sistem reservasi perjalanan. Pada saat itu sistem tersebut disebut sebagai aplikasi telekomunikasi yang nilai strategisnya sudah dikenal secara umum. Ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya, yaitu industri TIK, aktivitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa.³⁸

Adanya komersialisasi internet di awal tahun 1990-an, serta pesatnya pertumbuhan yang mencapai hingga jutaan pelanggan potensial, maka muncullah istilah *electronic commerce* (*e-commerce*), yang aplikasinya segera berkembang pesat. Pada tahun 2000 perkembangan

³⁸ KemenKomInfo, 2019, PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA, PUSLITBANG APTIKA dan IKP, Jakarta, hlm.17.

perdagangan *e-commerce* ini menyebar, dan berkembang pesat hingga saat ini dengan berbagai inovasi-inovasi terbaru. Satu alasan bagi pesatnya perkembangan teknologi tersebut adalah adanya perkembangan jaringan, protokol, perangkat lunak, dan spesifikasi. Alasan lain adalah meningkatnya persaingan dan berbagai tekanan bisnis lain.³⁹

E-commerce merupakan transaksi jual beli produk, jasa dan informasi antar mitra bisnis melalui jaringan computer, yaitu internet.⁴⁰ Vladimir Zwass mendefinisikan transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) sebagai pertukaran informasi bisnis, mempertahankan hubungan bisnis, dan melakukan transaksi bisnis melalui jaringan komunikasi.⁴¹ *E-commerce* hadir sebagai inovasi dari transaksi perdagangan untuk memfasilitasi masyarakat dalam mempermudah transaksinya tanpa harus bertemu langsung antara pihak yang bertransaksi karena tidak langsung pergi ke toko/*outlet* tertentu.

Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengatur definisi transaksi elektronik, yaitu perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. UU Perdagangan mendefinisikan perdagangan melalui sistem elektronik, yaitu perdagangan

³⁹ Prasetio Budi Widagdo, Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) di Indonesia, Universitas Gadjah Mada, researchgate.net, hlm. 2.

⁴⁰ Suparman, URGENSI REGULASI KOMPREHENSIF E-COMMERCE DI INDONESIA DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA), Universitas Dharmawangsa, Jurnal Mercatoria Vol. 8 No. 1, Juni 2015, hlm.76.

⁴¹ Suparman., *Op. Cit.*, hlm.77.

yang transaksinya dilakukan melalui seperangkat perangkat dan prosedur elektronik. Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 (PP No. 80/2019) mengartikan bahwa perdagangan melalui sistem elektronik atau PMSE adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

Pada perdagangan melalui *e-commerce* ini, para pihak yang terlibat di dalamnya harus memperhatikan prinsip sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 3 PP 80/2019, yaitu prinsip iktikad baik, kehati-hatian, transparansi, keterpercayaan, akuntabilitas, keseimbangan, adil dan sehat. Prinsip adil dan sehat ini merupakan salah satu prinsip yang mewakili dari kehadiran UU No.5/1999. Perdagangan melalui *e-commerce* ini dapat dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen, pribadi, dan instansi penyelenggara negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang selanjutnya disebut para pihak. Adapun mengenai ruang lingkup yang diatur dalam Perdagangan melalui *e-commerce* sebagaimana yang diatur pada Pasal 2 PP No. 80/2019, yaitu:

- a. Pihak-pihak PMSE;
- b. Persyaratan PMSE;
- c. Penyelenggaraan PMSE;
- d. Kewajiban pelaku usaha;
- e. Bukti transaksi PMSE;
- f. Iklan elektronik;
- g. Penawaran dan penerimaan secara elektronik, serta konfirmasi elektronik;
- h. Kontrak elektronik;
- i. Perlindungan terhadap data pribadi;
- j. Metode pembayaran PMSE;
- k. Pengiriman barang dan jasa PMSE;
- l. Penukaran barang atau jasa dan pembatalan pembelian PMSE;
- m. Penyelesaian sengketa PMSE;

n. Pembinaan dan pengawasan.

Dalam hal pengawasan dan pembinaan dalam perdagangan *e-commerce* sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 76 PP No. 80 tahun 2019, dilakukan oleh Menteri Perdagangan. Menteri Perdagangan juga dapat berkoordinasi dengan Menteri lainnya, dengan kepala lembaga pemerintahan non kementerian, dan pimpinan otoritas terkait, serta pemerintah daerah.

G. Marketplace

Menurut Boris Wertz dan Angela Tran Kingyens, *Marketplace* (pasar online) adalah sejenis *e-commerce* yang menghubungkan penyedia produk atau jasa (penjual) dengan orang yang mencari untuk membeli produk atau layanan (pembeli). *Marketplace* (pasar online) menciptakan efisiensi di pasar lainnya (offline) yang dianggap tidak efisien dengan mempertemukan penjual dan pembeli yang memiliki kesulitan untuk melakukan transaksi jual beli sebelumnya.⁴² Menurut Mahir Pradana, *Marketplace* adalah model bisnis pada sebuah *website* yang tidak hanya membantu mempromosikan suatu barang, tetapi juga memfasilitasi transaksi secara online, dimana seluruh transaksi online difasilitasi oleh *website* yang bersangkutan.⁴³ Berdasarkan definisi tersebut, *Marketplace* adalah sebuah sarana yang dapat mempertemukan antara penjual dan pembeli secara *online* melalui

⁴² Emmy F. Thalib & Ni Putu S. Meinarni, *Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia*, Jurnal IUS, Vol 7. No. 2 (2019), hlm. 197.

⁴³ Mahir Pradana, *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia*, Jurnal Trunojoyo, Vol 9 No. 2 (2015). <http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/1271>, diakses pada 27 September 2022.

suatu aplikasi untuk melakukan penawaran dan transaksi jual beli barang/jasa.

Perkembangan *marketplace* yang sangat pesat di dukung oleh perkembangan infrastruktur di Indonesia. Kehadiran *marketplace* secara langsung memfasilitasi perkembangan perekonomian nasional dengan mempermudah, mempercepat proses transaksi jual beli tanpa terbatas oleh jarak, ruang dan waktu. Transaksi melalui *marketplace* dapat dilakukan dimana saja, kapan saja, dan juga tentunya didukung oleh promosi yang menarik oleh aplikasi *marketplace* yang bersaing untuk memberikan pengalaman transaksi *online* yang menarik.

Secara umum, terdapat beberapa perbedaan antara marketplace dengan e-commerce. Produk yang tersedia di marketplace merupakan produk dari beberapa merchant/brand, sedangkan di e-commerce hanya dari brand tunggal. Selain itu, sumber keuntungan marketplace diperoleh dari biaya untuk menjadi merchant premium dan juga dari biaya iklan, sedangkan e-commerce memperoleh keuntungan hanya pada saat terjadi transaksi dengan pembeli. Proses pengiriman pada marketplace dapat dimungkinkan untuk dikirimkan darimana saja tergantung *merchant/brand* yang menjualkan barangnya, sedangkan e-commerce dikirimkan dari satu tempat dengan metode pengiriman yang sama.⁴⁴ Marketplace memberikan manfaat dengan dapat menekan biaya operasional, pemasaran produk

⁴⁴ Rini Yustiani & Rio Yunanto, *Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi*, Jurnal KOMPUTA Vol. 6 No. 2, 2017, hlm. 46.

yang lebih luas, bertambahnya profit dari usaha. Hal tersebut dapat terjadi karena terintegrasi dengan internet yang membuat siapa saja dan dimana saja dapat mengakses e-commerce yang menyediakan marketplace tersebut.

Berikut beberapa *marketplace* yang melakukan kegiatan usaha di Indonesia, yaitu:

1. Tokopedia

Tokopedia merupakan perusahaan penyedia layanan jasa perdagangan melalui sistem elektronik yang telah berdiri sejak tanggal 6 Februari 2009, dan secara resmi diluncurkan ke publik pada tanggal 17 Agustus 2009. Tokopedia merupakan perusahaan yang berbasis di Jakarta dan dipimpin oleh Patrick Cao (President), William Tanuwijaya (CEO), Melissa Siska Juminto (COO), dan Nuraini Razak (CCO).

Dalam melaksanakan kegiatan usahanya, Tokopedia telah memperoleh pendanaan dari berbagai perusahaan seperti PT Indonusa Dwitama (2009), *East Ventures* (2010), *Cyber Agent Ventures* (2011), *Netprice* (2012), *SoftBank Ventures Korea* (2013), *Sequoia Capital* dan *SoftBank Internet and Media Inc* atau SIMI (2014), *Alibaba* (2017), *SoftBank Vision Fund* dan *Alibaba Group* (2018), dan beberapa pendanaan lainnya yang terus masuk ke kas Tokopedia hingga saat ini.⁴⁵ Pada tanggal 17 Mei 2021, Tokopedia secara resmi bergabung dengan perusahaan Gojek melalui mekanisme akuisisi dan membentuk Grup GoTo. Grup GoTo

⁴⁵ <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>, diakses pada 23 Februari 2022, pukul 10.10

kemudian melakukan *Initial Public Offering* (IPO) atau mencatatkan perusahaannya sebagai perusahaan terbuka pada tanggal 11 April 2022 sebagai usaha untuk memperoleh dana tambahan dari investor di Bursa Efek Indonesia (BEI). Per tanggal 23 Agustus 2022, kapitalisasi pasar GoTo tercatat sekitar 383.73 triliun rupiah.⁴⁶

2. Shopee

Shopee merupakan perusahaan layanan jasa perdagangan melalui sistem elektronik yang pertama kali diluncurkan secara resmi di Singapura pada tahun 2015. Shopee berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh perusahaan *Sea Limited* atau *Sea Group* yang sebelumnya dikenal dengan Garena. Sejak pertama kali diluncurkan Shopee telah melakukan ekspansi bisnisnya hingga ke beberapa negara seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Pada tahun 2019, Shopee melakukan ekspansi bisnisnya hingga ke negara Brasil, sebagai negara pertama diluar Asia. Shopee, dipimpin oleh Forrest Li dan Chris Feng yang pernah memimpin *Zalora* dan *Lazada* yang merupakan kompetitor *Shopee*.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan induk *Sea Group* telah melantai di bursa saham New York atau *New York Stock Exchange (NYSE)* pada bulan Oktober 2017 dan memperoleh suntikan dana sebesar 1 Miliar USD.⁴⁷ Selain itu, *Sea Group* juga telah terdaftar di bursa saham di Singapura (*Straits Times Index* atau *STI*) dan bursa saham di

⁴⁶ RTI Business, diakses pada 23. Februari 2022, pukul 10.17

⁴⁷ <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>, diakses pada 23 Agustus 2022 pukul 13.40

Frankfurt (*Xetra Dax* atau *GDAXI*).⁴⁸ Pendaan dari lini bisnis *Sea Group* yang sekaligus sebagai pemilik perusahaan induk dari *Shopee*, *SeaMoney*, dan *Garena* menjadikan *Shopee* sebagai kompetitor kuat dalam persaingan usaha *marketplace* terkhusus di Indonesia.

3. Lazada

Lazada merupakan perusahaan penyedia layanan jasa perdagangan melalui sistem elektronik asal Singapura yang didirikan sejak tahun 2011 dan telah beroperasi secara resmi pada Maret 2012. Lazada didirikan oleh perusahaan *Rocker Launcher* yang telah melaksanakan kegiatan usahanya di berbagai negara seperti Singapura, Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Saat ini Lazada dipimpin oleh seorang Direktur Utama bernama Chun Li yang telah menjalankan tugasnya sejak tahun 2020. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Lazada memperoleh pendanaan usaha dari beberapa investor seperti *Temasek*, *Summit Partners*, *Tesco*, *AB Kinnevik*, *JP Morgan*, dan *Internet Rocket*. Saat ini kepemilikan saham mayoritas Lazada dipegang oleh *Alibaba Group Holding Limited* yang telah melantai di bursa efek New York, sama seperti *Sea Group*.⁴⁹

4. Bukalapak

Bukalapak merupakan perusahaan penyedia layanan jasa perdagangan melalui sistem elektronik yang merupakan karya dari seorang

⁴⁸ https://id.wikipedia.org/wiki/Sea_Limited, diakses pada 23 Agustus 2022 pukul 13.51

⁴⁹ <https://www.lazada.co.id/about/>, diakses pada tanggal 23 Agustus 2022 pukul 15.21.

anak bangsa Indonesia yang memiliki minat dan bakat di bidang *software development*, yaitu Achmad Zaky, M. Fajrin Rasyid, dan Nugraha Herucahyono. Bukalapak didirikan dan mulai beroperasi secara resmi sejak tahun 2010. Dalam menjalankan usahanya, Bukalapak memiliki visi dan misi yang berpusat pada pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui perdagangan digital. Sejak tahun 2010, Bukalapak terus berkembang sebagai perusahaan dengan penyedia layanan jasa perdagangan melalui sistem elektronik yang memiliki pangsa pasar UMKM, sehingga menjadi salah satu perusahaan *start-up* kebanggaan Indonesia.

Dalam mengembangkan kegiatan usahanya Bukalapak mendapatkan pendanaan dari beberapa investor seperti, *GREE Ventures*, *Aucfan*, *IREP 500 Startup*, PT Elang Mahkota Teknologi, *Microsoft*, dan *GIC Sofereign Wealth Fund* (Singapura). Saat ini, Bukalapak dipimpin oleh Willix Halim selaku *Chief Executive Officer* (CEO), Teddy Oetomo selaku *President*, Natalia Firmansyah selaku *Chief Financial Officer*, dan Victor Lesmana selaku *President Commerce and Fintech*.⁵⁰

5. Bibli

Bibli merupakan perusahaan penyedia layanan jasa perdagangan melalui sistem elektronik yang didirikan pada 25 Juli 2011 dan mulai beroperasi pertama kali sejak diresmikan pada tanggal 15 Agustus 2011.

⁵⁰ <https://www.teknovida.com/profil-sejarah-bukalapak/>, diakses pada 24 Agustus 2022 pukul 13.55 WITA

Blibli merupakan produk digital pertama dari PT Global Digital Niaga, yang merupakan anak usaha dari PT Global Digital Prima (GDP), yang juga merupakan anak usaha dari PT Djarum. Dalam perkembangan bisnisnya, Blibli telah melakukan beberapa aksi korporasi penting demi mendukung model bisnis, meningkatkan layanan, dan memperkual bisnis untuk kedepannya. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pendanaan Blibli didukung oleh *GDP Venture* yang merupakan anak usaha dari *Djarum Group*. Salah satu sosok penting dalam pendirian perusahaan Blibli adalah Kusumo Martono yang menjabat sebagai *Chief Executive Officer (CEO)*.