

**SKRIPSI**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI UMKM TERHADAP  
PRAKTIK MONOPOLI DI ERA DIGITAL**

***LEGAL PROTECTION FOR MICRO, SMALL AND MEDIUM  
ENTERPRISES AGAINST MONOPOLY PRACTICES IN  
THE DIGITAL ERA***



Oleh:

**RIESWANDHO DWI WIRANTO**

NIM. B11116526

**PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2023**

**HALAMAN JUDUL**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI UMKM TERHADAP  
PRAKTIK MONOPOLI DI ERA DIGITAL**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Sarjana Ilmu Hukum

Disusun dan diajukan oleh:

**RIESWANDHO DWI WIRANTO**

NIM. B11116526

**PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PERLINDUNGAN HUKUM BAGI UMKM TERHADAP PRAKTIK MONOPOLI DI ERA DIGITAL

Disusun dan diajukan oleh

**RIESWANDHO DWI WIRANTO**  
**B111 16 526**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang Dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Departemen Hukum Perdata Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Pada hari Kamis, tanggal 3 Agustus 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

**Menyetujui,**

**Pembimbing Utama,**

**Pembimbing Pendamping,**

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

  
**Dr. Muhammad Aswan, S.H., M.Kn**  
NIP. 197906092009121001

a.n. Dekan

**Ketua Program Studi Sarjana Ilmu Hukum**

  
**Dr. Muhammad Ilham Arisaputra S.H., M.Kn.**  
NIP. 198408182010121005

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PERLINDUNGAN HUKUM BAGI UMKM TERHADAP PRAKTIK MONOPOLI DI ERA DIGITAL

Disusun dan diajukan oleh:

**RIESWANDHO DWI WIRANTO**

NIM. B11116526

Untuk Tahap UJIAN SKRIPSI

Pada Tanggal

Menyetujui:

Komisi Penasehat

Pembimbing Utama,



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

Pembimbing Pendamping,



**Dr. Muhammad Aswan, S.H., M.Kn.**  
NIP 197906092009121001



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	: RIESWANDHO DWI WIRANTO
N I M	: B11116526
Program Studi	: Ilmu Hukum
Departemen	: Hukum Keperdataan
Judul Skripsi	: Perlindungan Hukum Bagi UMKM terhadap Praktik Monopoli di Era Digital

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

Makassar, Agustus 2023



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

## PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : RIESWANDHO DWI WIRANTO

N I M : B11116526

Program Studi : Sarjana Ilmu Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penulisan Skripsi yang berjudul **PERLINDUNGAN HUKUM BAGI UMKM TERHADAP PRAKTIK MONOPOLI DI ERA DIGITAL** adalah benar-benar karya saya sendiri. Hal yang bukan merupakan karya saya dalam penulisan Skripsi ini diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 dan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.

Makassar, 15 Juli 2023



RIESWANDHO DWI WIRANTO  
NIM. B11116526

## KATA PENGANTAR

Segala puji, hormat, dan syukur bagi Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan rahmat-Nya yang telah memberikan perlindungan dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) penulis yang berjudul: “Perlindungan Hukum Bagi UMKM Terhadap Praktik Monopoli di Era Digital”

Skripsi ini penulis tulis dimulai pada awal pandemi *covid-19* hingga memasuki masa endemi *covid* sehingga begitu banyak dinamika hidup yang terjadi dan tentu hal ini tidaklah mudah. Namun, Puji Tuhan, karena kebaikan dan kasih yang Tuhan Yesus limpahkan membuat penulis tetap semangat dalam melanjutkan penulisan skripsi ini, mulai dari ujian proposal hingga ujian skripsi.

Selain itu, skripsi ini juga tidak akan terlaksana tanpa bantuan dari berbagai pihak, terima kasih yang sebesar-besarnya buat orangtua penulis, Ibunda Connie Yowardhy yang senantiasa mendoakan, mendidik, menyayangi, dan memberikan perhatian dengan penuh kesabaran dan ketulusan, serta tiada henti-hentinya memberikan dukungan baik itu berupa dukungan moril ataupun materil kepada penulis serta saudara Kakanda Riedho Perdana Wiranto dan Adinda Ricardho Tri Wiranto atas doa, kasih sayang, serta motivasi yang selalu diberikan kepada peneliti selama proses penulisan skripsi ini. Melalui bab

ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc. selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya;
2. Bapak Prof. Dr. Hamzah Halim, S.H., M.H., MAP. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin beserta jajarannya;
3. Ibu Dr. Oky Deviany, S.H., M.H. selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
4. Bapak Dr. Muhammad Aswan, S.H., M.Kn. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
5. Bapak Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.S. dan Bapak Dr. Winner Sitorus, S.H., M.H., LL.M. selaku panitia penilai yang telah memberikan kritik dan saran untuk menjadikan skripsi penulis ini menjadi lebih baik;
6. Bapak Prof. Dr. Ir. Abrar Saleng, SH., MH. selaku Penasihat Akademik, seluruh dosen-dosen, dan staf akademik di lingkungan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;
7. Seluruh dosen Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin serta seluruh Staf/Pegawai Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang turut membantu penulis selama menjalani aktivitas di kampus, baik yang bersifat akademik maupun non akademik.

8. Terima kasih untuk su'su David yang turut serta membantu, dan mendukung penulis selama proses pembuatan skripsi berlangsung
9. Terima kasih untuk aii Femmy yang turut serta membantu dan mendukung penulis selama proses pembuatan skripsi berlangsung
10. Terima kasih untuk teman-teman yang ikut serta membantu dan mendukung penulis selama proses penelitian berlangsung, khususnya; Kaisar, Gustavo, Jovi, Awan, Prily, Nilam, Ellen, Azalia, Ofel, Ivana dan Kenneth
11. Terima kasih untuk teman-teman yang ikut serta membantu dan mendukung penulis selama proses penelitian berlangsung, khususnya; Eky, Billy, Hardi, Ricky, Cing, Levina, Stephany, Sherly, Grace, Melany, Santi, Elsa, Ce Fani, Cia, dan Ling-ling
12. Untuk seluruh teman-teman angkatan 2016 "DIKTUM" yang selalu solid dalam menghadapi kehidupan kampus selama ini dan tetap saling mendukung dalam penulisan skripsi masing-masing
13. Untuk teman-teman KKN gelombang 105, Kabupaten Sinjai posko Bulupodo yang selalu mendukung penulis selama ini dalam menyelesaikan studinya
14. Untuk seluruh Keluarga Besar PMK FH-UH yang telah menjadi rumah bagi penulis selama kurang lebih tujuh tahun berkuliah di Fakultas Hukum Unhas.

15. Untuk ColdPlay, Fix You, Viva La Vida, Yelow, Something Just Like This , Everglow, Up&Up, Magic yang selalu konsisten membuat musik berkualitas yang menemani penulis selama mengerjakan skripsi ini
16. Untuk One Direction, Moments, One Thing, Story Of My live, Night Changes, Right Now, You&I, Last First Kiss yang selalu konsisten membuat musik berkualitas yang menemani penulis selama mengerjakan skripsi ini
17. Dan juga untuk seluruh pihak yang telah terlibat dalam mendukung dan membantu penulis dalam segala proses yang berkaitan dengan pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Kiranya Tuhan Yang Maha Kuasa akan senantiasa membalas segala kebaikan yang telah diberikan dengan penuh rahmat dan karunia-Nya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan mohon kiranya dimaafkan atas segala kekurangan yang ada dalam skripsi ini. Sekian dan terima kasih.

Penulis,

Rieswandho D.Wiranto

## ABSTRAK

**RIESWANDHO DWI WIRANTO (NIM. B11116526). *Perlindungan Hukum bagi Umkm terhadap Praktik Monopoli di Era Digital.*** Dibimbing oleh **Okky Deviany** sebagai Pembimbing Utama dan **Muhammad Aswan** sebagai Pembimbing Pendamping.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk praktik monopoli yang dapat merugikan pelaku usaha mikro serta mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap UMKM terhadap praktik monopoli persaingan usaha tidak sehat di era digital.

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif. Pendekatan penelitian yang penulis gunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Sumber hukum berasal dari sumber hukum primer. Analisis bahan yang digunakan adalah analisa bahan yang bersifat deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Dalam UU UMKM serta peraturan pemerintah turunan UU Cipta Kerja yang mengatur perlindungan UMKM hanya berfokus di sektor internal. Faktor eksternal seperti praktik monopoli belum tersentuh oleh peraturan-peraturan tersebut. Maka dari itu, selain para pelaku usaha besar yang harus dibatasi ruang geraknya terutama di aspek digital juga perlu dibangunnya kemitraan yang kuat antara UMKM dan pelaku usaha besar. (2) Saat ini, pelaksanaan kemitraan antara UMKM dan Usaha Besar banyak terjadi. Namun, persaingan usaha sehat antara kedua pelaku usaha tersebut sulit tercapai. Hal ini karena posisi tawar usaha besar yang lebih tinggi mendominasi pasar sehingga sering merugikan UMKM dengan posisi tawar yang lebih rendah. Untuk itu diperlukan pengawasan oleh pemerintah dalam mengatasi permasalahan yang rentan dihadapi UMKM khususnya dalam hal pelaksanaan kemitraan dengan usaha besar.

Kata Kunci : Digital, Kemitraan, Monopoli

## ABSTRACT

**RIESWANDHO DWI WIRANTO (NIM. B11116526). *Legal Protection for MSMEs against Monopolistic Practices in the Digital Age.*** Supervised by **Oky Deviany** as Main Advisor and **Muhammad Aswan** as Associate Advisor.

This study aims to find out the forms of monopoly practices that can harm micro-entrepreneurs and to find out the forms of legal protection for MSMEs against monopolistic practices of unfair business competition in the digital era.

This study uses normative legal research. The research approach that the writer uses in this thesis is a statutory approach and a conceptual approach. Sources of law come from primary sources of law. Material analysis used is material analysis which is descriptive qualitative.

The results of the study show: (1) The MSME Law and government regulations derived from the Job Creation Law which regulate the protection of MSMEs only focus on the internal sector. External factors such as monopolistic practices have not been touched by these regulations. Therefore, in addition to large business actors who must be limited in their space for movement, especially in the digital aspect, it is also necessary to build a strong partnership between MSMEs and large business actors. (2) At present, the implementation of partnerships between MSMEs and large enterprises occurs a lot. However, healthy business competition between the two business actors is difficult to achieve. This is because the bargaining position of large businesses dominates the market, which often harms MSMEs with a lower bargaining position. For this reason, supervision by the government is needed in overcoming problems that are vulnerable to MSMEs, especially in terms of implementing partnerships with large businesses.

**Keywords:** Era Digital, Monopoly, Partnership

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN SKRIPSI .....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian .....	13
E. Orisinalitas Penelitian.....	14
BAB II .....	16
TINJAUAN PUSTAKA .....	16
A. Hukum Persaingan Usaha.....	16
1. Pengertian Persaingan Usaha .....	16
2. Manfaat Persaingan Usaha .....	17
B. Era Digital .....	22
1. Pengertian Era Digital .....	22
2. Hubungan Ekosistem Digital dan Praktik Monopoli .....	25

C. Hubungan Digital dengan ITE .....	27
D. Era Ekonomi Digital .....	29
E. Komisi Pengawas Persaingan Usaha.....	32
F. Monopoli Dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat .....	36
G. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	50
H. Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	60
I. Electronic Commerce (E-Commerce).....	63
<b>BAB III .....</b>	<b>69</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>69</b>
A. Jenis Penelitian .....	69
B. Pendekatan Penelitian .....	70
C. Sumber Bahan Hukum.....	71
D. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum .....	72
E. Analisis Bahan Hukum .....	73
<b>BAB IV.....</b>	<b>73</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>73</b>
A. Praktik Monopoli dapat Merugikan Pelaku Usaha Mikro (UMKM) .....	73
B. Bentuk Perlindungan Hukum UMKM terhadap Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Era Digital .....	80
1. BAGIAN I.....	80
2. BAGIAN II.....	83
<b>BAB V .....</b>	<b>89</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
A. KESIMPULAN .....	90
B. SARAN .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sejatinya, era digital telah dimulai sejak tahun 1990-an, yang ditandai dari pergeseran besar (*big shifting*) dari teknologi mekanik dan analog ke teknologi digital.<sup>1</sup> Don Tapscott, menyebutkan bahwa karakter perubahan ke arah digitalisasi, dimana ekonomi dunia telah bergeser dari masyarakat industri yang berbasis pada baja, kendaraan dan jalan raya, ke arah masyarakat ekonomi baru yang dibentuk oleh silicon, computer, dan jaringan (*networking*).<sup>2</sup>

Pada semua sektor kehidupan manusia, digitalisasi seperti hampir menjadi hal niscaya, meski demikian, digitalisasi yang terjadi dalam dunia bisnis telah menjadi *enable* dan *driver* yang mempengaruhi perkembangan digitalisasi di sektor-sektor lainnya. Menurut Suwanto hal ini wajar mengingat digitalisasi “setali tiga uang” dengan komersialisme. Digitalisasi memberi *added value* bagi organisasi-organisasi bisnis untuk menghasilkan kinerja yang lebih efektif, efisien, cepat dan atraktif.<sup>3</sup>

Dalam pemahaman praktis, digitalisasi merupakan penggunaan

---

<sup>1</sup> Suwanto, “*Transformasi Digital Menuju Era Digital Society Sebagai Akselerasi Kebangkitan Ekonomi Nasional*”, dalam <http://berita.upi.edu/transformasi-digital-menuju-era-digital-society-sebagai-akselerasi-kebangkitan-ekonomi-nasional/>, diakses pada 5 Juni 2023.

<sup>2</sup> Don Tapscott, 1996, *The Digital Economy Era: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, McGraw Hill, New York, hlm. 9.

<sup>3</sup> Suwanto, “*Transformasi Digital Menuju Era... Loc.Cit.*”

teknologi digital dan data untuk menciptakan pendapatan, meningkatkan bisnis, mengganti atau mengubah proses bisnis dan menciptakan ekosistem untuk bisnis digital.<sup>4</sup> Sementara itu, Mckinsey menyebutkan bahwa istilah digital sesungguhnya dapat dipecah menjadi tiga fungsi utama bagi dunia bisnis, yakni menciptakan nilai tambah bagi dunia bisnis, mengoptimalkan proses bisnis yang secara langsung berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan, dan membangun kemampuan dasar yang mendukung inisiasi bisnis.<sup>5</sup>

Jika menilik jauh ke belakang, pada dasarnya digitalisasi merupakan hasil dari proses industrialisasi yang berkembang secara bertahap, dari mulai revolusi industri pertama di Inggris pada abad ke-18, berlanjut ke revolusi industri kedua pada awal abad ke-20, kemudian revolusi industri ketiga yang dimulai pada tahun 1970-an, dan revolusi industri keempat.

Menurut McKinsey, revolusi industri keempat ditandai dengan aktivitas menciptakan siklus data-informasi-pengetahuan, dimana segala macam data dikumpulkan dan dibagikan di antara berbagai bidang dan organisasi. Penggunaan data tersebut melampaui cara kerangka kerja manufaktur yang tradisional.<sup>6</sup> Pada tahap ini, produsen mengumpulkan data setelah produk dijual. Praktik ini memungkinkan produsen untuk mengidentifikasi kebutuhan laten dari *big data* klien dan memperkuat

---

<sup>4</sup> D.R.A. Schallmo dan William, 2018, *Digital Transformation Now: Guiding the Successful Digitalization of Your Business Model*, Springer, Switzerland, hlm 78.

<sup>5</sup> <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/what-digital-really-means#>, diakses pada 8 Juni 2023.

<sup>6</sup> *Ibid.*

jaringan nilai mereka, sehingga menciptakan peluang bisnis baru.

Dalam pemahaman sederhana digitalisasi bisnis berarti penggunaan teknologi dalam mengembangkan bisnis atau proses menjadi usaha berbasis digital (transformasi digital). Transformasi digital menuntut pelaku usaha meninjau kembali model bisnis, mengidentifikasi sikap dan pengalaman pelanggan, memikirkan kembali merek dan mengungkap peluang baru melalui inovasi yang cepat. Transformasi digital juga menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi, memperkenalkan cara kerja baru, dan membangun kemampuan dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan era digital.

Tren transformasi digital yang terjadi di seluruh dunia, termasuk Indonesia saat ini sangat sulit untuk dibendung, dan secara drastis mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat serta cara kerja berbagai bidang kehidupan. Bergantungnya masyarakat terhadap transformasi digital semakin disadari ketika Pandemi Covid-19 melanda kehidupan manusia. Transformasi digital telah membantu masyarakat dan pemerintah bertahan dalam situasi kritis akibat Pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 telah mengubah banyak perilaku dan kebiasaan masyarakat yang semakin mempercepat akselerasi digitalisasi di berbagai bidang. Pembatasan ruang gerak dalam berbagai sektor, memicu peningkatan penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemenuhan kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Hal tersebut didukung oleh upaya penyediaan layanan digital oleh pelaku usaha hingga

pemerintah agar lebih memudahkan masyarakat. Pada intinya Pandemi Covid-19, turut berperan besar terjadinya peningkatan signifikan digitalisasi usaha dan gaya hidup dari konsumen. Kebiasaan dan perilaku masyarakat terhadap pemanfaatan digital masih dipertahankan oleh konsumen dan pelaku usaha meski setelah Pandemi Covid-19 mereda.

Di sektor bisnis dan ekonomi, penggunaan teknologi digital mengalami perkembangan yang sangat pesat mulai dari penerapannya hingga munculnya unit-unit bisnis digital itu sendiri. Meningkatnya penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital dalam menjalankan kegiatan bisnis merupakan konsekuensi logis dari tingginya konsentrasi, minat, kebiasaan, perilaku dan interaksi masyarakat dengan dunia digital.

Di Indonesia, banyak industri terutama di sektor usaha jasa transportasi, perdagangan, kesehatan, pendidikan, keuangan telah menerapkan teknologi digital. Tetapi, sesungguhnya teknologi digital telah lama diterapkan di sektor manufaktur. Industri yang menerapkan teknologi digital dapat lebih dini mengantisipasi arah dan keinginan pasar. Lebih jauh, dari itu berbagai perusahaan yang menggunakan dapat menjadi penentu gerak dan laju pasar. Mereka dapat bekerja dan bergerak lebih efisien dan cepat dibandingkan yang tidak memanfaatkan teknologi digital.<sup>7</sup>

Perkembangan teknologi digital saat ini tidak bisa dihindari lagi dan telah berpengaruh terhadap berbagai aspek hukum di dunia termasuk

---

<sup>7</sup> <https://www.prismajurnal.com/post/persaingan-usaha-di-era-industri-digital/>, diakses pada 10 Juni 2023.

Indonesia. Pengaruh perkembangan teknologi tersebut juga melekat pada kegiatan perekonomian atau lebih sering disebut sebagai era ekonomi digital.<sup>8</sup> Dalam merespons tekanan-tekanan di sektor bisnis yang semakin kompetitif, menyadarkan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk menggunakan atau memanfaatkan platform digital untuk me-*leverage* usaha yang dimilikinya.

Pengaturan terkait UMKM terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah j.o Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (PP No. 7 tahun 2021). Dalam Pasal 1 ayat (2), (3) dan (4) PP No. 7 tahun 2021 disebutkan:

*“(2) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorang yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini.*

*(3) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam peraturan pemerintah ini.*

*(4) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah ini.”*

---

<sup>8</sup> Soesi Idayanti, dkk, “Pembangunan Hukum Bisnis Dalam Perspektif Pancasila Pada Era Industri 4.0”, Jurnal Jurisprudence, Volume 9 Nomor 1 Tahun 2019, hlm. 91.

Semakin besarnya jumlah UMKM yang mentransformasi usahanya ke sektor digital merupakan upaya untuk bertahan dan mengembangkan potensi ekonomi yang dimilikinya.<sup>9</sup> Meningkatnya jumlah pelaku usaha kategori UMKM yang menjalankan kegiatan usahanya secara digital merupakan konsekuensi logis dari konsentrasi minat, kebiasaan dan perilaku konsumen dalam transaksi pemenuhan kebutuhan dan kepentingannya.<sup>10</sup>

Transformasi ke arah digitalisasi usaha tentu saja merupakan peluang yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi UMKM. *Pertama*, memanfaatkan kemajuan teknologi dan transformasi digital menjadi kunci agar detak jantung usaha tetap berjalan, termasuk untuk pengembangan UMKM. Meningkatnya permintaan produk-produk kreatif melalui sektor UMKM, perubahan gaya hidup digital sampai bonus demografi pada tahun 2035 menjadi potensi dalam meningkatkan sektor usaha saat ini. *Kedua*, memanfaatkan kemajuan teknologi dan transformasi digital menciptakan efisiensi yang semakin memudahkan pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya, seperti efisiensi biaya produksi, transportasi, pergudangan, bahkan promosi cukup dilakukan melalui media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok serta lainnya. *Ketiga*,

---

<sup>9</sup> Tri Widya Kurniasari dan Arif Rahman, "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha UMKM Terhadap Penyalahgunaan Posisi Dominan Platform Digital", Jurnal Ilmu Hukum Reusam, Volume 10 Nomor 2 Tahun 2022, hlm. 134.

<sup>10</sup> Elza Syarief, dkk, "Potensi Terjadinya Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Penggunaan Aplikasi Perdagangan Elektronik Di Era Revolusi Industri 4.0", Jurnal Supremasi, Volume 11 Nomor 1 Tahun 2021, hlm. 106.

memanfaatkan kemajuan teknologi dan transformasi digital berarti membuka dan memperluas jaringan marketing, sehingga merambah ke berbagai daerah atau negara lain.

Digitalisasi bisnis dan ekonomi saat ini, praktis mengubah banyak perilaku, kebiasaan, dan aktifitas transaksi masyarakat, dari perdagangan fisik beralih kepada perdagangan berbasis digital. Ekonomi global secara serentak digerakkan oleh adanya perkembangan teknologi dalam persaingan yang semakin kompleks, yang baik secara langsung maupun tidak langsung memberikan implikasi positif dan negatif termasuk pula implikasi terhadap hukum yang mengaturnya.<sup>11</sup>

Digitalisasi perdagangan ini juga telah diakomodir dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam Pasal 9 disebutkan “*Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan*”. Dengan pengaturan mengenai perdagangan digital dalam UU ini, terdapat dimensi keperdataan yang juga harus dipatuhi oleh para pelaku usaha berdasarkan hukum perdata yang berlaku di Indonesia.

Era digital menjadikan *landscape* dari persaingan usaha menjadi semakin kompleks. Dalam laporan *The Federal Cartel Office (Bundeskartellamt)* dari Jerman melihat bahwa ekonomi digital mempunyai *nature* yang berbeda dibandingkan bidang industri secara

---

<sup>11</sup> *Ibid.*

umum. Perusahaan besar yang memiliki dominasi ekonomi digital mendapatkan keuntungan atas efek jaringan yang lebih mapan (*network effects*). Perusahaan-perusahaan tersebut bisa memperoleh manfaat dari data yang tersedia (*big data*) untuk mendapatkan keunggulan dari kompetitor lainnya dalam hal membaca konsumen. Hal tersebut menyebabkan pelaku usaha baru (*new entrant*) menjadi kesulitan untuk bisa bersaing dengan perusahaan besar. Terkhusus UMKM yang memiliki sumber daya yang terbatas tentu mengalami kesulitan untuk memperoleh data untuk mengetahui preferensi pasar di era digital saat ini. Oleh sebab itu, melindungi tingkat persaingan di dunia digital menjadi penting sebagai cara agar pasar tetap adil untuk pelaku usaha pesaing, pelaku usaha kecil, serta beragam bisnis baru.<sup>12</sup>

Dalam konteks perlindungan tersebut, Indonesia memiliki Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No. 5 tahun 1999) dengan harapan dapat memberikan jaminan kepastian hukum dan perlindungan yang sama kepada setiap pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha dalam berusaha. Diantara muatan penting dari regulasi tersebut adalah dilarangnya praktik monopoli dalam dunia usaha serta praktik persaingan usaha yang tidak sehat.

---

<sup>12</sup> Diana Septaviana, "*Perlindungan UMKM Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat di Era Digital*", <https://fh.unair.ac.id/perlindungan-umkm-terhadap-persaingan-usaha-tidak-sehat-di-era-digitaldiana-septaviana/>, diakses 15 Juli 2023.

Definisi monopoli disebutkan dalam Pasal 1 ayat (1) yang berbunyi "*Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha*". Terkait praktik monopoli disebutkan dalam Pasal 1 ayat (2) yang berbunyi "*Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasanya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum*". Sedangkan persaingan usaha yang tidak sehat didefinisikan dalam Pasal 1 ayat (6) yakni "*Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha*". Selain itu dari UU No. 5 tahun 1999, dibentuk sebuah komisi bernama Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang memiliki tugas dalam membuat aturan main di dalam dunia usaha agar tidak terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Sayangnya UU Nomor 5 tahun 1999 serta pembentukan KPPU sebagai Otoritas Anti monopoli Indonesia menunjukkan adanya upaya pemerintah Indonesia untuk menjalankan reformasi struktural untuk mencapai persaingan usaha di Indonesia.

Dengan adanya aturan di atas, diharapkan pelaku usaha dapat bersaing secara wajar dan sehat, serta tidak merugikan masyarakat banyak

dalam berusaha, sehingga pada gilirannya penguasaan pasar yang terjadi timbul secara kompetitif. Namun, perlu diingat undang-undang tersebut lahir dan diterbitkan sebelum kegiatan usaha dan perdagangan berbasis digital banyak dilakukan. Sementara dalam konteks era digital, persaingan usaha tidak sehat di era digital berkembang sangat kompleks dan beragam bentuknya.

Kemajuan teknologi dan transformasi digital saat ini ditopang oleh 9 (sembilan) elemen *Cloud Computing, Internet of Things, Big Data, System Integration, Augmented Reality, Simulation, Cybersecurity, Autonomous Robot, dan Artificial Intelligence*.<sup>13</sup> Penguasaan dan penggunaan salah satu elemen tersebut dapat menguntungkan bagi pelaku UMKM dan saat yang sama dapat merugikan pelaku UMKM lain. Salah satu contohnya yakni, penggunaan *Artificial Intelligence* oleh Tokopedia dan Bukalapak untuk merekomendasikan barang dagangan kepada konsumen.<sup>14</sup>

Salah satu contoh kasus yang bisa berujung pada monopoli dan persaingan usaha tidak sehat akibat digitalisasi adalah maraknya E-commerce yang menerapkan strategi *Predatory Pricing*. Yang disebut terakhir memiliki arti tindakan anti persaingan usaha dengan melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar yang

---

<sup>13</sup> Dayu Pratyahara, 2021, *Revolusi Industri 4.0 Siap Menghadapi dan Menyambut Tantangan Revolusi Industri 4.0*, Pustaka Baru Press, hlm. 44

<sup>14</sup> *Ibid.*, hlm. 77.

bersangkutan.<sup>15</sup>

Seperti yang kita ketahui, salah satu platform E-commerce yang menjadi pemain utama dalam jual beli online adalah Shopee. Toko online tersebut dalam periode tertentu seringkali mempromosikan diskon besar-besaran untuk segala jenis produknya.<sup>16</sup> Terkhusus untuk produk sandang dan pangan. Tidak berhenti di situ, para figur publik yang telah memiliki popularitas di masyarakat juga ikut menjadi penjual yang bersaing di dalam toko online tersebut. Dengan strategi menurunkan harga serendah mungkin, dibawah harga rata-rata pasar, ditambah dengan hadirnya figur publik yang ikut menguasai toko online tersebut membuat persaingan usaha menjadi tidak sehat atau bahkan bisa berujung pada terjadinya praktik monopoli dan berpotensi membunuh UMKM.

Indikasi lainnya yang terkait dengan E-commerce yang membunuh UMKM diantaranya adalah banyaknya barang impor daripada barang lokal, dimana ada sekitar 97% barang impor yang di jual di E-commerce dan hanya sekitar 5% barang lokal. Padahal UMKM ini merupakan salah satu tonggak yang kontribusinya cukup tinggi bagi PDB Indonesia. Data dari kementerian koperasi dan UMKM tahun 2018-2020 dimana pada tahun 2018 sektor UMKM menyumbang sekitar 57,8% dari PDB, pada tahun 2019 sekitar 60,3% dari PDB dan pada tahun 2020 sekitar 37,3% dari PDB. E-

---

<sup>15</sup> Komisi Pengawas Persaingan Usaha, "Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 tentang Jual Rugi (Predatory Pricing), hlm.8, diakses pada 13 Juli 2023.

<sup>16</sup> Antara News, "*Shopee promo besar-besaran di Shopee Live, semua diskon 50 persen*", <https://www.antaranews.com/berita/3623286/shopee-promo-besar-besaran-di-shopee-live-semua-diskon-50-persen>, diakses 15 Juli 2023.

commerce seharusnya mampu menopang kebutuhan digitalisasi UMKM bukan malah membunuh UMKM. Hal tersebut harus di akui dengan belum banyaknya UMKM yang bertransformasi menggunakan platform digital. Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2021, dari 62 juta UMKM, baru 12 juta saja yang menggunakan layanan e-commerce, sedangkan selama pandemi Transaksi Ekonomi Digital Indonesia naik 25%.<sup>17</sup>

Padahal di dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa *“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 praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”*.

Selain itu dalam Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Jual Rugi yang diterbitkan oleh KPPU, pelaku usaha yang dapat dianggap menerapkan praktik jual rugi adalah pelaku usaha yang menetapkan harga yang sangat rendah dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh sejumlah pelaku usaha lain. Apabila suatu pelaku usaha menetapkan harga yang sangat rendah tersebut, maka pelaku usaha tersebut dapat dicurigai. Karena pelaku usaha tersebut mempunyai maksud untuk menyingkirkan pesaing usaha lainnya. Ada beberapa hal yang dapat

---

<sup>17</sup> Rizki Abdul Azis Muslim *“Regulasi, aturan yang tidak relevan membuat e-commerce membunuh UMKM”*, <https://www.pajak.com/pwf/regulasi-aturan-yang-tidak-relevan-membuat-e-commerce-membunuh-umkm/>, diakses 15 Juli 2023.

mengindikasikan pelaku usaha melakukan praktik jual rugi yang merupakan *predatory pricing* yaitu pada awalnya praktik jual rugi akan memberikan keuntungan yang sangat besar bagi konsumen, sebab pelaku usaha akan menetapkan harga yang sangat rendah atas produknya, sehingga usaha pesaing tidak akan bertahan pada pasar yang sama. Ketika seluruh pesaing tidak dapat melakukan kegiatannya lagi, maka pelaku usaha tersebut akan menaikkan harga ke tingkat yang tinggi untuk menutupi kerugian yang diderita pada saat penetapan harga sangat rendah. Sehingga dari skema tersebut, selain akan mematikan pesaing juga akan mencegah pemain baru memasuki dunia usaha digital.

Berdasarkan uraian di atas, Penulis tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI UMKM TERHADAP PRAKTIK MONOPOLI DI ERA DIGITAL”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah praktik monopoli dapat merugikan pelaku usaha mikro?
2. Apa bentuk perlindungan hukum terhadap UMKM terhadap praktik monopoli persaingan usaha tidak sehat di era digital?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk praktik monopoli yang dapat merugikan pelaku usaha mikro.
2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap UMKM terhadap praktik monopoli persaingan usaha tidak sehat di era digital.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoretis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan pemahaman bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Hukum Perdata, khususnya mengenai perlindungan UMKM serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan informasi atau referensi tambahan bagi pihak pemerintah Indonesia untuk menjadi bahan pertimbangan penyusunan kebijakan terkait perlindungan hukum bagi UMKM.

#### **E. Orisinalitas Penelitian**

1. Skripsi "*Tinjauan Yuridis Praktek Monopoli Ditinjau Dari Hukum Persaingan Usaha*". Oleh Fernando, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Penelitian tersebut membahas mengenai praktek monopoli yang dilakukan Koperasi Karyawan Otorita Batam kemungkinan telah melanggar UU No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha Tidak sehat, dan peraturan KPPU No 3 Tahun 2011 (pedoman pasal 19 huruf d), kemungkinan telah terjadi penguasaan pasar dengan cara praktek diskriminasi yang diberikan oleh pengelola taksi bandara Hang Nadim Batam kepada Koperasi Karyawan Otorita Batam. Hasil penelitian tersebut lebih kepada praktek monopoli yang mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat pada pada

persaingan usaha dan praktek diskriminasi di Bandara Hang Nadim Batam. Sedangkan pada penelitian ini, penulis membahas pengaturan tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di era digital serta perlindungan hukum bagi UMKM terhadap praktik monopoli persaingan tidak sehat di era digital.

2. Skripsi "*Perlindungan Hukum Atas Merek Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Online (E-Filing) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis*". Oleh Chyntia Delvita Sari Hasibuan, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara. Penelitian tersebut membahas pengaturan hukum terhadap merek di Indonesia, pendaftaran merek usaha mikro, kecil dan menengah berdasarkan UU No 20 Tahun 2016 dan pendaftaran merek berbasis e-filing oleh usaha mikro kecil dan menengah. Sedangkan dalam skripsi ini, peneliti melakukan penelitian perlindungan hukum bagi umkm terhadap praktik monopoli di eradigital.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Hukum Persaingan Usaha**

##### **1. Pengertian Persaingan Usaha**

Secara umum dapat dikatakan bahwa hukum persaingan usaha adalah hukum yang mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha. Untuk memperoleh pengertian yang lebih mendalam tentu pengertian hukum persaingan usaha yang demikian itu tidak mencukupi. Oleh karenanya, perlu dikemukakan beberapa pengertian hukum persaingan dari para ahli hukum persaingan usaha. Menurut Arie Siswanto, dalam bukunya yang berjudul "Hukum Persaingan Usaha" yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha (*competition law*) adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan.<sup>18</sup> Sedangkan dalam Kamus Lengkap Ekonomi yang ditulis oleh Christopher Pass dan Bryan Lowes, yang dimaksud dengan *competition laws* adalah bagian dari perundang-undangan yang mengatur tentang monopoli<sup>19</sup>, penggabungan dan pengambil alihan, perjanjian

---

<sup>18</sup> *Ibid.* hlm. 1.

<sup>19</sup> *Ibid.*, hlm. 2.

perdagangan yang membatasi dan praktik anti-persaingan.

## **2. Manfaat Persaingan Usaha**

Dalam aktivitas bisnis dapat dipastikan terjadi persaingan (*competition*) di antara pelaku usaha. Pelaku usaha akan berusaha menciptakan, mengemas, serta memasarkan produk yang dimiliki baik barang/ jasa sebaik mungkin agar diminati dan dibeli oleh konsumen. Persaingan dalam usaha dapat berimplikasi positif, sebaliknya, dapat menjadi negatif jika dijalankan dengan perilaku negatif dan sistem ekonomi yang menyebabkan tidak kompetitif.<sup>20</sup>

Dari sisi manfaat, persaingan dalam dunia usaha adalah cara yang efektif untuk mencapai pendayagunaan sumber daya secara optimal. Dengan adanya rivalitas akan cenderung menekan ongkos-ongkos produksi sehingga harga menjadi lebih rendah serta kualitasnya semakin meningkat. Bahkan lebih dari itu persaingan dapat menjadi landasan fundamental bagi kinerja di atas rata-rata untuk jangka panjang dan dinamakannya keunggulan bersaing yang lestari (*sustainable competitive advantage*).

Sistem ekonomi pasar yang kompetitif akan dapat menyelesaikan persoalan-persoalan ekonomi secara impersonal, bukan melalui personal pengusaha atau birokrat. Dalam keadaan seperti ini, kekecewaan politis

---

<sup>20</sup> Mustafa Kamal Rokan, *Op, cit.*, hlm. 8.

masyarakat yang usahanya terganjal keputusan pengusaha maupun penguasa tidak akan terjadi, dalam kondisi persaingan jika seseorang warga masyarakat terpuruk dalam bidang usahanya, ia tidak akan merasa sakit karena jatuh bukan kekuasaan pihak tertentu, melainkan karena suatu proses mekanistik (permintaan-penawaran). Hal seperti itu bisa dipastikan tidak akan terjadi dalam hal seseorang jatuh akibat keputusan penguasa dan pengusaha yang memegang dominasi ekonomi, Dalam ruang lingkup yang lebih luas, proses impersonal dan mekanistik dari persaingan ini bisa saja menentukan stabilitas politik suatu komunitas.<sup>21</sup>

Hukum persaingan usaha sudah menjadi kebutuhan setiap negara dalam suatu proses penyelenggaraan negara, karena dengan adanya hukum persaingan usaha, para pelaku usaha dapat memperoleh kepastian hukum serta mendapat perlindungan hukum dari praktik persaingan yang tidak sehat. Saat ini ini sudah terdapat lebih dari 80 negara di dunia yang telah memiliki Undang-Undang Persaingan Usaha dan Anti Monopoli dan lebih dari 20 negara lainnya sedang berupaya menyusun aturan perundangan yang sama. Semua negara-negartersebut mengarah pada satu tujuan, yaitu meletakkan dasar bagi suatu aturan hukum untuk melakukan regulasi guna menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat.

Persaingan usaha yang sehat (*fair competition*) merupakan salah satu syarat bagi negara-negara untuk mengelola perekonomian yang berorientasi pasar. Di Indonesia, kegiatan perekonomian nasional dalam

---

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm. 27.

pengaturannya diatur dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 dimana ekonomi diatur oleh kerjasama berdasarkan prinsip gotong royong. Secara tidak langsung dalam Pasal 33 UUD dimana demokrasi memiliki ciri khas yang proses perwujudannya diwujudkan oleh semua anggota masyarakat untuk kepentingan seluruh masyarakat, dan harus mengabdikan kepada kesejahteraan seluruh rakyat. Pemikiran demokrasi ekonomi perlu diwujudkan dalam menciptakan kegiatan ekonomi yang sehat, maka perlu disusun undang-undang tentang larangan praktek monopoli dan persaingan tidak sehat.

Indonesia sendiri baru memiliki aturan hukum dalam bidang persaingan usaha, setelah atas inisiatif DPR disusun RUU Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. RUU tersebut akhirnya disetujui dalam Sidang Paripurna DPR pada tanggal 18 Februari 1999, dalam hal ini pemerintah diwakili oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan, Rahardi Ramelan.

Latar belakang langsung dari penyusunan Undang-Undang Anti Monopoli adalah perjanjian yang dilakukan antara Dana Moneter Internasional (IMF) dengan Pemerintah Republik Indonesia, pada tanggal 15 Februari 1998. Dalam perjanjian tersebut, IMF menyetujui pemberian bantuan keuangan kepada Negara Republik Indonesia sebesar US\$ 43 Miliar untuk mengatasi krisis ekonomi, akan tetapi dengan syarat Indonesia melaksanakan reformasi ekonomi tertentu. Hal ini menyebabkan diperlukannya Undang-Undang Anti Monopoli. Dalam upaya pemulihan

ekonomi yang telah berantakan, Pemerintah terpaksa mengandalkan bantuan IMF dan negara-negara donor lainnya (CGI). Bantuan tersebut disertai syarat-syarat tertentu guna menjamin agar sasaran bantuan untuk pemulihan ekonomi dapat tercapai. Syarat-syarat tersebut dituangkan dalam *Letter of Intent* dan *Supplementary Memorandum* dengan pihak IMF yang ditandatangani di Jakarta pada tanggal 15 Januari 1998. Akhirnya Undang-Undang tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ditandatangani oleh Bacharudin Jusuf Habibie dan diundangkan pada tanggal 5 Maret 1999 serta berlaku satu tahun setelah diundangkan.

Meskipun sejarah lahirnya undang-undang ini disertai dengan campur tangan dari pihak asing, pada akhirnya undang-undang ini merupakan salah satu instrumen penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Bukti bahwa undang-undang persaingan usaha ini merupakan bagian penting dalam pembangunan ekonomi tercermin dalam konsideran undang-undang tersebut, yaitu:<sup>22</sup>

- a. Bahwa pembangunan bidang ekonomi harus diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan Undang Undang Dasar 1945;
- b. Bahwa demokrasi dalam bidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi di dalam proses produksi dan pemasaran barang

---

<sup>22</sup> Johnny Ibrahim, 2006, *Hukum Persaingan Usaha Filosofi, Teori dan Implementasinya di Indonesia*, Bayu Media Publishing, Malang, hlm. 1.

dan atau jasa dalam iklim usaha yang sehat efektif dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan pekerjaannya ekonomi pasar yang wajar;

- c. Bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu dengan tidak terlepas dari kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh negara Republik Indonesia terhadap Perjanjian perjanjian internasional.

Berdasarkan uraian diatas, terlihat bahwa konsideran dalam Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan perwujudan dari ekonomi kerakyatan dan negara kesejahteraan yang merupakan amanat dari konstitusi.

Undang-Undang Antimonopoli merupakan *tool of social control and a tool of social engineering*.<sup>23</sup> Sebagai “alat kontrol sosial”, Undang Undang Antimonopoli berusaha menjaga kepentingan umum dan mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, dan sebagai “alatrekayasa sosial”, Undang-Undang Antimonopoli berusaha untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional, mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat, dan berusaha menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

---

<sup>23</sup> Dalam butir 31 Memorandum tersebut telah disepakati bahwa pemerintah akan melaksanakan bagian pembaharuan termasuk deregulasi berbagai kegiatan domestic yang bertujuan untuk mengubah ekonomi yang lebih terbuka, kompetitif dan efisien, dikutip dari Johny Ibrahim OP.Cit, hal 20

Pada hakikatnya keberadaan hukum persaingan usaha adalah mengupayakan secara optimal terciptanya persaingan usaha yang sehat (fair competition) dan efektif pada suatu pasar tertentu, yang mendorong agar pelaku usaha melakukan efisiensi agar mampu bersaing dengan para pesaingnya. Adapun tujuan pembentukan undang-undang ini adalah untuk:

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
- c. Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
- d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

## **B. Era Digital**

### **1. Pengertian Era Digital**

Era merupakan kurun waktu atau jangkauan waktu, sedangkan digital merupakan penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1, atau *off* dan *on* (bilangan biner atau disebut dengan istilah *binary digit*) digital menggambarkan teknologi elektronik yang menghasilkan, menyimpan dan dengan demikian, data yang dikirim atau

disimpan dengan teknologi digital dinyatakan sebagai string 0 dan 1. Masing-masing digit status disebut sebagai bit yang yang dapat di tangani computer secara individual sebagai grup adalah byte.

Era digital suatu masa yang sudah mengalami perkembangan dalam segala aspek kehidupan dari yang tadinya analog menjadi serba digital atau menggunakan teknologi. Era digital mulai dikenal dikenal Teknologi yang mendasar ditemukan pada tahun 1980 ini dan menjadi ekonomis untuk diadopsi secara luas setelah penemuan Personal Computer. Teknologi revolusi digital dikonversi sebelumnya adalah analog ke dalam sebuah format digital. Dalam komunikasi digital misalnya perangkat keras mengulangi kemampuan mampu memperkuat sinyal digital dan menyebarkannya tanpa kehilangan informasi dalam sinyal. Hal yang sama pentingnya dengan revolusi adalah kemampuan untuk dengan mudah memindahkan informasi digital antara media, dan untuk mengakses atau mendistribusikannya jarak jauh Komputer adalah sistem elektronik untuk memanipulasi data yang cepat dan tepat serta dirancang dan diorganisasikan supaya secara otomatis menerima dan menyimpan data input, memprosesnya dan menghasilkan output dibawah pengawasan suatu langkah instruksi- instruksi program dan tersimpan di memori (*storage program*). Pengolahan data dengan menggunakan komputer dikenal dengan nama Pengolahan data elektronik (PDE) atau *Electronic Data Processing* (EDP).

Pengolahan data adalah manipulasi dari data kedalam bentuk yang

lebih berguna dan lebih berarti berupa informasi dengan menggunakan suatu alat elektronik, yaitu computer. Komputer yang kita gunakan sekarang ini tidak serta merta muncul begitu saja melainkan melalui proses yang panjang dalam evolusinya. Hal ihwal munculnya komputer mungkin dapat dilihat dalam kilas balik sejarah sejak digunakannya Abacus ditemukan di Babilonia (Irak) 5000 tahun yang lalu – sebagai alat perhitungan manual yang pertama, baik di lingkup sekolah maupun kalangan pedagang, saat itu. Pada periode selanjutnya telah banyak ditemukan alat-alat hitung mekanikal sejenis yaitu *Pascaline* yang ditemukan oleh Blaine Pasca pada tahun 1642, *Arithometer* oleh Charles Xavier Thomas de Colmar pada tahun 1820, *Babbage's Folly* oleh Charles Babbage pada tahun 1822 dan *Hollerith* oleh Herman Hollerith pada tahun 1889. Kesemuanya masih berbentuk mesin sepenuhnya tanpa tenaga listrik. Ukuran dan kerumitan strukturnya berdasarkan atas tingkat pengoperasian perhitungan yang dilakukan.

Barulah pada tahun 1940, era baru komputer elektrik dimulai sejak ditemukannya komputer elektrik yang menerapkan sistem aljabar Boolean Pada dekade 1980-an komputer menjadi mesin yang akrab bagi masyarakat umum di negara maju, dan jutaan orang membeli komputer untuk digunakan di rumah, termasuk 17 juta Commodore 64 s sendiri antara tahun 1982 dan 1994. Menurut Read Bain (1937) Pada tahun 1937, muncullah pendapat lainnya mengenai teknologi. Pendapat ini dicetuskan oleh seorang sosiolog yang berasal dari Amerika, bernama

Read Bain. Bain (1937) mengatakan bahwa teknologi pada dasarnya meliputi semua alat, mesin, perkakas, aparat, senjata, perumahan, pakaian, peranti pengangkut dan komunikasi, dan juga keterampilan, dimana hal ini memungkinkan kita sebagai seorang manusia dapat menghasilkan semua itu. Berdasarkan pendapat Bain tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa teknologi merupakan segala sesuatunya yang bisa diciptakan dan juga dibuat oleh seorang atau sekelompok manusia yang kemudian bisa memberikan nilai dan manfaat bagi sesama.

## **2. Hubungan Ekosistem Digital dan Praktik Monopoli**

Pengaruh sistem digital terhadap hukum persaingan usaha di Indonesia dan keberadaan platform digital menimbulkan polemik pada pelaku UMKM atau utamanya dunia bisnis dimana praktik monopoli terhadap persaingan usaha tidak sehat, pelanggaran praktik monopoli persaingan usaha tidak sehat selalu berpotensi terwujud dalam struktur pasar, termasuk pasar digital saat ini pasar digital hadir untuk kenyamanan konsumen dan berkembang cukup pesat di Indonesia, platform digital tidak hanya menawarkan banyak manfaat kepada masyarakat, tetapi juga memiliki kontrol signifikan atas data konsumen.

Persaingan di pasar digital utama seperti model bisnis platform, pasar multi-side, network effect yang membuat masalah yaitu memonopoli persaingan usaha tidak sehat, sektor ini sering kali mencakup model bisnis berbasis platform, pasar multifaset, efek jaringan dan skala ekonomi yang membuat masalah persaingan usaha tidak sehat menjadi lebih kompleks,

tidak seperti kebanyakan sektor ekonomi, dengan semakin meningkatnya keterkaitan ekonomi digital, beberapa koordinasi dan kerjasama antara perusahaan tidak dapat di hindari dan bahkan menjadi kompetitif selain itu pasar digital ditandai dengan tingkat investasi dan inovasi yang tinggi, yang mengarah pada kemajuan teknologi yang pesat di industri dan peningkatan inovasi yang mengganggu.

Keuntungan ekonomi yang berkembang menjadi perhatian pemerintah dan otoritas persaingan, karna persaingan di pasar digital sangat berbeda dengan persaingan di pasar tradisional (*offline*). Pasar digital sering mengandung beberapa karakteristik seperti model bisnis berbasis platform, pasar multilateral, dan efek jaringan yang membuat subjek persaingan mejadi lebih kompleks, oleh karena itu menentukan pasar proses penting sebelum melakukan analisis hukum persaingan. Agensi menghadapi perilaku konsumen baru, pasar multifaset dimana ia menawarkan layanan gratis untuk memaksimalkan pengumpulan data yang dipersonalisasi di satu pasar dan kemudian memonetisasinya di pasar lain, seperti pasar iklan dan perusahaan teknologi kecil dengan akses/ kontrol yang jumlah datanya terlalu besar.

Perusahaan-perusahaan ini memiliki kendali yang signifikan atas data konsumen, memberi mereka kekuatan pasar dan tambahan dan menciptakan tidak hanya persaingan, tetapi juga masalah perlindungan konsumen. Di era digital , defenisi pelaku ekonomi harus erlebih dahulu diatur dalam undang-undang saat mendefinikan pasar bersangkutan tidak

hanya transaksi moneter yang diperhitungkan, di era digital ini berbagai pelanggaran persaingan bisnis dapat terjadi kemungkinan penyalagunaan posisi dominan, dalam posisi kondisi dominan pelaku ekonomi diasumsikan memiliki kekuatan pasar yang cukup besar akses kontrol dan konsumen yang dimainkan perlu dilakukan analisis dampak keragaman perusahaan digital merubah model bisnis berdasarkan industri adapat disimpulkan bahwa dalam kondisi model digital saat ini, perlu adanya jaminan keamanan hukum atas investasi dan transaksi melalui platform digital melalui penetapan peraturan atau pedoman yang sesuai.

### **C. Hubungan Digital dengan ITE**

Pasal 1 angka 2 dan Pasal 9 UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/ atau media elektronik lainnya. Ketentuan ini sekaligus menjelaskan mengenai ruang lingkup dari *E-Commerce* yang juga merupakan suatu perbuatan hukum, yang dilakukan dengan menggunakan media komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya. Atau dengan kata lain, transaksi *E-Commerce* dilakukan di dunia maya. Mengenai hal tersebut, Atip Latifulhayat, sebagaimana dikutip Abdul Halim Barkatullah menyatakan bahwa: “sebagai suatu perdagangan yang berbasis teknologi canggih, ecommerce telah mereformasi perdagangan konvensional. Interaksi antara konsumen dan pelaku usaha yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung”.

Perdagangan melalui dunia maya tersebut disebutkan sebagai suatu model perdagangan yang dilakukan dengan cara baru di mana antara para pihak yang mengadakan perdagangan tidak saling bertemu secara langsung, namun cukup lewat dunia maya. Sehingga *e-commerce* telah merubah paradigma “bisnis klasik” dengan menumbuhkan model-model interaksi antara pelaku usaha dan konsumen di dunia virtual. Dimensi tentang *e-commerce* juga dapat dilihat di dalam Pasal 9 UU ITE menyatakan bahwa, “pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”. Rumusan tersebut menghendaki agar kegiatan transaksional (*e-commerce*) yang dilakukan di dunia maya tersebut harus mengedepankan prinsip *the right to obtain information*, yaitu konsumen berhak untuk memperoleh suatu informasi yang sebenar-benarnya dari pelaku usaha mengenai hal yang ditawarkan kepada konsumen.

Sebaliknya, pelaku usaha berkewajiban untuk menyampaikan hal tersebut kepada konsumen. Dengan demikian, jelas bahwa segala kegiatan *e-commerce* di dalam dunia maya tetap tunduk pada kaidah hukum yang secara prinsip sudah dikenal terlebih dahulu dalam hukum Indonesia, yaitu hukum perdata.<sup>24</sup> berkaitan dengan kapan terjadinya suatu transaksi elektronik (*e-commerce*) yang diselenggarakan dalam sebuah sistem

---

<sup>24</sup> Pasal 4 huruf c menyebutkan bahwa, hak konsumen adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa

informasi, maka di dalam Pasal 20 ayat (1) dikatakan: “kecuali ditentukan lain oleh para pihak, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima”. Rumusan tersebut bermakna, suatu transaksi elektronik (*e-commerce*) secara hukum dikatakan telah terjadi apabila sudah dilakukan penerimaan penawaran oleh penerima. Namun, hal tersebut dapat saja tidak berlaku apabila para pihak menyatakan lain yakni bukan pada saat diterimannya suatu penawaran, melainkan bergantung pada kesepakatan dari para pihak.

#### **D. Era Ekonomi Digital**

Era digitalisasi ekonomi dapat kita pahami ketika ekonomi sepenuhnya digital atau daring berdasarkan pola transaksi dengan berbagai macam aplikasi yang digunakan. Di era digitalisasi ekonomi, ada kemungkinan besar munculnya perilaku persaingan tidak sehat. Meski ada kecurigaan perilaku persaingan tidak sehat oleh perusahaan, digitalisasi ekonomi ini membawa keuntungan bagi banyak pihak, terutama di masa pandemi Covid-19 saat ini. Di sisi lain, ekonomi digital seperti saat ini telah memberikan tantangan bagi perusahaan dalam mempertimbangkan dan menerapkan undang-undang dan pedoman persaingan. Oleh karena itu, ketentuan regulasi dan tujuan interpretasinya, yang sebelumnya ditujukan untuk memastikan kesetaraan dan mempromosikan ekonomi yang dinamis dan inklusif, harus ditinjau dan direvisi untuk lebih menyesuaikannya dengan kenyataan yang berubah.

Hukum persaingan dan regulatornya harus mempertimbangkan faktor-faktor saat ini seperti ukuran potensial platform digital dan pentingnya modal tidak berwujud. Keberadaan era digital juga sangat bermanfaat. Di atas segalanya, pelaku pasar bebas di dunia yang berbeda di mana aktivitas jual beli dilakukan secara daring atau online.<sup>25</sup> Di era digital saat ini, berbagai pelanggaran persaingan bisnis dapat terjadi, kemungkinan penyalahgunaan posisi dominan. Dalam kondisi dominan, pelaku ekonomi diasumsikan memiliki kekuatan pasar yang cukup besar. Akses dan kontrol data konsumen memainkan peran penting dalam memberikan kekuatan pasar ke platform digital. Kekuatan pasar platform digital meningkat dengan pengembangan bisnis vertikal. Perkembangan bisnis ini meningkatkan kemampuan platform digital untuk mengumpulkan lebih banyak data, meningkatkan daya saingnya dan menjadi pemilik toko online dan pengguna aplikasi, sehingga posisi dominan platform digital dapat disalahgunakan, misalnya, mendiskriminasi pesaing di ritel, serta perjanjian eksklusif dengan konsumen, serta kebijakan menjual dengan kerugian yang dapat mengakibatkan pesaing menjadi tidak kompetitif di pasar dan meninggalkan pasar.

Beberapa bentuk penyalahgunaan posisi dominan pada platform digital adalah penolakan bisnis, penetapan harga predator, penawaran eksklusif, dan loyalitas, dan diskon bundel. Ada juga kemungkinan kartel

---

<sup>25</sup> Ahmad Sabirin, *Dampak Ekosistem Digital Terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jurnal Penelitian Hukum de Jure Volume 02 tahun 21 hal. 76

atau penawaran. Selain itu munculnya platform digital telah membuat harga menjadi transparan di antara para pesaing pasar. Data dan algoritme memungkinkan perusahaan untuk memprediksi tren pasar, memetakan konsumen, dan menyesuaikan strategi penetapan harga. Tantangan muncul dalam membedakan antara tanggapan independen dari operator ekonomi untuk memaksimalkan keuntungan atau praktik yang dihasilkan dari berurusan dengan pesaing. Penetapan harga algoritmik dapat memfasilitasi kolusi antara pelaku ekonomi karena mudah dikendalikan (karena harga transparan) dan memberikan sanksi kepada pelaku ekonomi yang menyimpang dari kesepakatan. Selain itu, pengendalian merger, akuisisi dan konsolidasi (merger). Merger yang memenuhi kriteria tertentu harus dilaporkan kepada otoritas persaingan. Perbuatan yang dilarang terdapat dalam Pasal 8 sampai Pasal 18 dan aspek tanggung jawab yang diatur dalam Pasal 19 hingga Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UU No. 8/1999) tentang Perlindungan Konsumen. Terkait dengan aspek pertanggungjawaban, secara umum, kriteria tidak menyertakan nilai data yang dikontrol oleh bagian penggabungan mengakibatkan berbagai transaksi merger tidak dilaporkan karena tidak memenuhi kriteria, padahal data para pihak yang merger bernilai tinggi. Di sisi lain, ada istilah “killer takeover”,<sup>[6]</sup> di mana banyak perusahaan digital besar mengambil alih perusahaan baru atau kecil karena melihat perusahaan tersebut sebagai pesaing potensial di masa depan. Saat menganalisis merger perusahaan

digital yang sudah mapan, sangat penting untuk memprediksi perkembangan perusahaan target yang akan diakuisisi.<sup>26</sup>

### **E. Komisi Pengawas Persaingan Usaha**

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) merupakan suatu komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat di Indonesia. Pembentukan KPPU diamanatkan dalam Pasal 30 ayat (1) Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang kemudian diimplementasikan dengan penerbitan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 1999 Tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia yang ditetapkan pada tanggal 18 Juli 1999.

KPPU digolongkan sebagai lembaga negara komplementer (*state auxiliary organ*) yang terlepas dari pengaruh pemerintah. Pada dasarnya, pembentukan KPPU didasarkan pada dua alasan. Pertama, hukum persaingan usaha membutuhkan spesialis-spesialis yang memiliki latar belakang dan/ atau mengerti seluk-beluk hukum bisnis dalam rangka menjaga mekanisme pasar. Institusi penegakan hukum persaingan usaha harus beranggotakan tidak hanya orang-orang yang berlatar belakang hukum melainkan juga ekonomi dan bisnis. Kedua, dibutuhkannya institusi

---

<sup>26</sup> Ahmad Sabirin, *Dampak Ekosistem Digital Terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jurnal Penelitian Hukum de Jure Volume 02 tahun 21 hal. 78

yang secara khusus menyelesaikan kasus praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat guna mencegah terjadinya penumpukan perkara di pengadilan sebagai suatu bentuk alternatif penyelesaian sengketa, sepanjang pengertian alternatif dalam konteks ini ialah di luar pengadilan.

Dalam Pasal 35 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999, tugas KPPU dijabarkan sebagai berikut:<sup>27</sup>

1. Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
2. Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.<sup>28</sup>
3. Melakukan penilaian terhadap ada atau tidaknya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopolidan atau persaingan usaha tidak sehat.
4. Mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi.
5. Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
6. Menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan

---

<sup>27</sup> Pasal 35 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>28</sup> Adis Nur Hayati, *Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E- Commerce di Indonesia*, Jurnal Penelitian Hukum de jure Volume 21 Nomor

Undang-undang ini.

7. Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Kemudian dalam Pasal 36 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999, wewenang KPPU meliputi:<sup>29</sup>

1. Menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
2. Melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
3. 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 dari penelitiannya.
4. Menyimpulkan hasil penyelidikan dan atau pemeriksaan tentang ada atau tidak adanya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
5. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang persaingan usaha.

---

<sup>29</sup> Pasal 36 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

6. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang persaingan usaha.
7. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli atau setiap orang sebagaimana dimaksud huruf c dan huruf f yang tidak bersedia memenuhi panggilan Komisi.
8. Meminta keterangan dari instansi pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.
9. Mendapatkan, meneliti dan atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan.
10. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat.
11. Memberikan putusan Komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
12. Menjatuhkan sanksi berupa tindakan administrative kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Apabila ditinjau secara komprehensif, tugas dan wewenang KPPU sebagaimana yang diatur dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tersebut pada dasarnya turut memberikan kewenangan bagi KPPU untuk mengawasi setiap kegiatan usaha, termasuk didalamnya ialah usaha UMKM. Fokus KPPU mengawasi sektor kemitraan UMKM dengan pelaku usaha besar

dikuatkan dengan Peraturan KPPU No 4 Tahun 2019 tentang Tata Cara Pengawasan dan Penanganan Perkara Kemitraan. Pola hubungan kemitraan yang menjadi sasaran KPPU antara lain hubungan inti plasma, subkontrak, waralaba, perdagangan umum, kerjasama operasional, bagi hasil, joint venture dan outsourcing, distribusi dan keagenan. KPPU juga memiliki kewenangan untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah mengenai kebijakan maupun peraturan-peraturan yang dinilai bersinggungan dengan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yang dalam hal ini khususnya ialah berkaitan dengan sektor UMKM.

Meskipun KPPU merupakan lembaga penegak hukum yang memiliki kewenangan yang begitu luas, namun perlu dipahami bahwa kedudukan KPPU hanyalah lembaga administratif karena kewenangan yang melekat padanya adalah kewenangan administratif. KPPU bukanlah lembaga peradilan khusus persaingan usaha oleh karenanya KPPU tidak berwenang menjatuhkan sanksi baik pidana maupun perdata. Dalam hal ini karena kewenangan yang melekat padanya adalah kewenangan administratif maka sanksi yang dapat dijatuhkan KPPU hanyalah sanksi yang bersifat administratif.<sup>30</sup>

## **F. Monopoli Dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat**

Secara etimologi, kata monopoli berasal dari Bahasa Yunani yaitu '*monos*' yang artinya sendiri dan '*polein*' yang berarti penjual. Maka secara

---

<sup>30</sup> Susanti Adi Nugroho, 2014, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Pranada Media, Jakarta; hal. 546

sederhana, monopoli adalah suatu kondisi dimana hanya ada satu penjual yang menawarkan (supply) suatu barang atau jasa tertentu. Dalam pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, menyatakan bahwa:

*“Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.”<sup>31</sup>*

Eksistensi monopoli dalam suatu kegiatan ekonomi dapat terjadi dalam berbagai jenis, baik yang sifatnya merugikan ataupun menguntungkan perekonomian serta masyarakatnya. Oleh karena itu, pengertian masing-masing jenis monopoli perlu dijelaskan untuk membedakan mana monopoli yang dilarang karena merugikan masyarakat dan mana yang ikut memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat. Beberapa jenis-jenis monopoli tersebut diuraikan sebagai berikut:<sup>32</sup>

1. Monopoli Yang Terjadi Karena Memang Dikehendaki Oleh Undang Undang (*Monopoly By Law*)

Undang-undang juga memberikan hak istimewa dan perlindungan hukum dalam jangka waktu tertentu terhadap pelaku usaha yang memenuhi syarat tertentu atas hasil riset dan inovasi yang dilakukan sebagai hasil pengembangan teknologi yang bermanfaat bagi umat manusia pemberian hak-hak eksklusif atas penemuan baru, baik yang berasal dari hak atas kekayaan intelektual seperti

---

<sup>31</sup> Pasal 1 Huruf a Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>32</sup> Johnny Ibrahim, Op.Cit, hal. 43

hak cipta (*copyright*) dan hak atas kekayaan (*industrial property*) seperti paten (*patent*), merek (*trademark*), desain produk industri (*industrial design*), dan rahasia dagang (*trade secret*) pada dasarnya adalah merupakan bentuk lain monopoli yang diakui dan dilindungi oleh undang-undang.

2. Monopoli Yang Lahir Dan Tumbuh Secara Alami Karena Didukung Oleh Iklim Dan Lingkungan Usaha Yang Sehat (*Monopoly By Nature*)

Monopoli alamiah bisa terjadi bila suatu ukuran pasar akan lebih efisien bila hanya ada satu pelaku usaha atau perusahaan yang melayani pasar tersebut. Perusahaan kedua yang memasuki arena persaingan akan menderita rugi dan tersingkir secara alamiah, karena ukuran pasar yang tidak memungkinkan adanya pendatang baru. Dalam bentuk lain, monopoli alamiah juga akan muncul jika pelaku usaha memiliki kekhususan yang ditawarkan pada konsumen, misalnya karena rasa dan selera tertentu yang tidak dapat ditiru oleh pelaku usaha yang lain.

3. Monopoli Yang Diperoleh Melalui Lisensi Dengan Menggunakan Mekanisme Kekuasaan (*Monopoly By License*)

Monopoli seperti ini dapat terjadi oleh karena adanya kolusi antara para pelaku usaha dengan birokrat pemerintah. Kehadirannya menimbulkan distorsi ekonomi karena mengganggu bekerjanya mekanisme pasar yang efisien. Umumnya berkaitan erat dengan

para pemburu rente ekonomi yang mengganggu keseimbangan pasar untuk kepentingan mereka. Pemburuan rente sangat mencederai semangat persaingan usaha karena dianggap sebagai bisnis lemah dan tanpa resiko. Dengan jaminan lisensi yang diperoleh dari pemerintah, mereka tinggal menunggu laba masuk saja.

#### 4. Monopoli Karena Terbentuknya Struktur Pasar Akibat Perilaku Dan Sifat Serakah Manusia.

Sifat-sifat dasar manusia yang mengiginkan keuntungan besar dalam waktu yang singkat dan dengan pengorbanan dan modal yang sekecil mungkin atau sebaliknya, dengan menggunakan modal yang sangat besar untuk memperoleh posisi dominan guna menggusur para pesaing yang ada. Unsur-unsur yang memengaruhi perilaku para pelaku usaha tersebut manifestasinya dalam praktik bisnis sehari- sehari adalah sedapat-dapatnya menghindari munculnya pesaing baru, karena munculnya pesaing atau rivalitas dalam berusaha akan menurunkan tingkat keuntungan. Hal ini dapat terjadi karena keputusan tentang kualitas, kuantitas, dan kebijakan harga tidak lagi ditentukan oleh satu pelaku usaha atau satu perusahaan saja, tetapi juga di pengaruhi oleh apa yang dilakukan oleh para pesaingnya.

Dalam Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999, praktek monopoli didefenisikan sebagai berikut :

*“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. Pemusatan kekuatan ekonomi adalah penguasaan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang dan atau jasa”<sup>33</sup>*

Dari pengertian tersebut terdapat unsur-unsur yang sangat penting untuk memahami arti dari praktik monopoli yaitu:

1. Pemusatan kekuatan ekonomi;
2. Satu atau lebih pelaku usaha;
3. Mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran;
4. Menimbulkan persaingan usaha tidak sehat;
5. Merugikan kepentingan umum.

Jadi jika terdapat satu atau lebih pelaku usaha yang melakukan pemusatan kekuatan ekonomi hingga mampu menguasai produksi dan pemasaran atas barang atau jasa yang menjadi objek usahanya, kemudian dari perbuatan tersebut menyebabkan atau menimbulkan iklim persaingan usaha tidak sehat dan merugikan kepentingan umum, maka pelaku usaha tersebut menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dianggap telah melakukan praktik monopoli.

Sedangkan persaingan usaha tidak sehat didefinisikan dalam Pasal 1 huruf f yang mendefinisikan:

*“Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antara para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau*

---

<sup>33</sup> Pasal 1 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

*pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha*<sup>34</sup>

Berdasarkan definisi tersebut, terdapat unsur-unsur yang terkandung didalamnya, yaitu:

1. Persaingan antara para pelaku usaha;
2. Menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa;
3. Dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Secara garis besar, Undang-Undang Antimonopoli mengelompokkan perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang dan yang berkaitan dengan posisi dominan yang dapat menyebabkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

#### 1. Perjanjian yang Dilarang

Pasal 1 ayat 7 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur secara khusus definisi perjanjian, yaitu suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikat diri terhadap satu atau lebih usaha lain dengan nama apa pun, baik tertulis maupun tidak tertulis. Perjanjian yang dilarang sebagaimana yang dimaksud dalam Undang Undang ini antara lain sebagai berikut:

- a. Oligopoli. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan

---

<sup>34</sup> Pasal 1 Huruf f Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

b. Penetapan Harga. Perjanjian penetapan harga terbagi atas perjanjian penetapan harga (*price fixing agreement*) diatur dalam Pasal 5, diskriminasi harga (*price discrimination*) diatur dalam Pasal 6, perjanjian jual rugi (*predatory pricing*) diatur dalam Pasal 7, dan pengaturan harga jual kembali (*resale price maintenance*) diatur dalam Pasal 8.

1) Perjanjian penetapan harga (*price fixing agreement*). Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas mutu suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.

2) Perjanjian diskriminasi harga (*price discrimination agreement*). Pelaku Usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan jasa yang sama.

3) Jual rugi (*predatory pricing*). Penetapan harga di bawah pasar dengan pelaku usaha lain disebut juga penetapan harga di bawah biaya marjinal. Pelaku usaha dilarang

membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar.

4) Penetapan harga jual kembali (*resale price maintenance*).

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang membuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan.

- c. Pembagian Wilayah. Larangan ini dibuat bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa.
- d. Pemboikotan. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Pelaku usaha juga dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya, untuk menolak menjual setiap barang dan atau jasa dari pelaku usaha lain yang merugikan atau dapat diduga akan merugikan pelaku usaha lain serta membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dan atau jasa dari pasar bersangkutan.
- e. Kartel. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan

pelaku usaha pesaingnya dengan maksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa.

- f. Trust. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain berkerja sama membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, dengan maksud untuk mengontrol produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa.
- g. Oligopsoni. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain dengan tujuan menguasai pembelian atau penerimaan pasokan secara bersama-sama agar dapat mengendalikan harga atas barang dan atau jasa dalam pasar bersangkutan.
- h. Integrasi Vertikal. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain dengan tujuan menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidak langsung.
- i. Perjanjian Tertutup. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat

persyaratan:

- 1) Pihak yang menerima barang dan atau jasa hanya akan memasok atau tidak memasok kembali barang dan atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan atau pada tempat tertentu.
  - 2) Pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok.
  - 3) Perjanjian mengenai harga atau potongan harga tertentu dengan syarat pelaku usaha yang menerima barang dan atau jasa dari pelaku usaha pemasok bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok atau tidak akan membeli barang dan atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing dari pelaku usaha pemasok.
- j. Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain di luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

## 2. Kegiatan yang Dilarang

Jenis-jenis kegiatan yang dilarang berdasarkan Undang-Undang Antimonopoli adalah sebagai berikut:

- a. Monopoli. Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas

- produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa. Penguasaan yang dimaksud adalah jika barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substansinya, mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama, satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.
- b. Monopsoni. Pelaku usaha dilarang menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan atau jasa dalam pasar bersangkutan yakni jika satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.
- c. Penguasaan Pasar. Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, berupa : menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan, menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usahapesaingnya itu, membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan dan melakukan praktek monopoli terhadap pelaku usaha tertentu. Pelaku usaha juga 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 serta melakukan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang menjadi bagian dari komponen harga barang dan atau jasa.

d. Persekongkolan. Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan atau menentukan pemenang tender, bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan, dan bersekongkol dengan pihak lain untuk menghambat produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa pelaku usaha pesaingnya dengan maksud agar barang dan atau jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar bersangkutan menjadi berkurang baik dari jumlah, kualitas, maupun ketepatan waktu yang dipersyaratkan.

### 3. Posisi Dominan

Posisi dominan merupakan keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti dipasar yang bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di pasar yang bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta

kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.<sup>35</sup> Ketentuan dalam Undang-Undang Antimonopoli melarang posisi dominan di pasar karena dapat mengakibatkan pihak yang memiliki posisi dominan tersebut dapat dengan mudah mengetahui kekuatan pesaing di pasar dan menentukan kehendak dalam pasar.

Ketentuan dalam Undang-Undang Antimonopoli mengenai posisi dominan mengatur mengenai, antara lain:

- a. Posisi Dominan yang Bersifat Umum. Pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas, membatasi pasar dan pengembangan teknologi, serta menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar bersangkutan.
- b. Jabatan Rangkap. Seseorang yang menduduki jabatan sebagai direksi atau komisaris dari suatu perusahaan, dilarang menjabat posisi yang sama pada perusahaan lain pada waktu yang bersamaan, apabila perusahaan-perusahaan tersebut berada

---

<sup>35</sup> Hermansyah, 2008 , *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Hukum Indonesia Kencana*, Jakarta, hal. 44

- dalam pasar bersangkutan yang sama, memiliki keterkaitan yang erat dalam bidang dan atau jenis usaha, dan secara bersama dapat menguasai pangsa pasar barang dan atau jasa tertentu.
- c. Kepemilikan Saham. Pelaku usaha dilarang memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis yang melakukan kegiatan usaha dalam bidang yang sama atau mendirikan beberapa perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, apabila kepemilikan tersebut mengakibatkan satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% pangsa pasar satu jenis barang dan atau jasa tertentu dan dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% pangsa pasar satu jenis barang dan atau jasa tertentu.
- d. Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan. Pelaku usaha dilarang melakukan penggabungan atau peleburan badan usaha serta pengambilalihan saham perusahaan lain yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

### **G. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, turut berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi,

serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.<sup>36</sup>

Di Indonesia, definisi UMKM secara jelas dijabarkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM, yakni sebagai berikut:

1. *“Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.*
2. *Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.*
3. *Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.”<sup>37</sup>*

UMKM sebenarnya sudah ada sebelum lahirnya Undang-undang UMKM, dimana aturan yang dipakai selama UMKM berlangsung yaitu KUHPerdata sebagai UU yang mengatur mekanisme kegiatan ekonomi secara umum. Selain itu, terdapat beberapa beberapa lain yang mengatur tentang Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu:

- a. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.
- c. Inpres No. 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah.

---

<sup>36</sup> Alifah Fidela, dkk., *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang*, Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat Vol 2 (3) 2020: 493–498 ISSN 2721-897X, Mei 2020

<sup>37</sup> Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM.

- d. Keppres No. 127 Tahun 2001 tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah atau Besar Dengan Syarat Kemitraan
- e. Keppres No. 56 Tahun 2002 tentang Restrukturisasi Kredit Usaha Kecildan Menengah.
- f. Permeneg BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
- g. Permeneg BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara.

Namun, seiring perkembangan ekonomi yang menuntut kerjasama perekonomian secara internasional mengharuskan pemerintah untuk memberikan perlindungan secara khusus terhadap UMKM demi melindungi UMKM dari pengaruh perdagangan internasional. Sedangkan KUHPerdata dan aturan aturan diatas belum dapat mengatur secara terperinci mengenai UMKM secara khusus karena terdapat kekurangan pengaturan baik secara teoritis maupun teknis selama berlangsungnya UMKM. Dalam mengatur perekonomian saat ini, sangat penting terdapat suatu aturan yang khusus, misalnya mengenai hal UMKM sendiri yang pada dasarnya dibentuk secara khusus melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang secara terperinci dan khusus hanya mengatur mengenai unit kegiatan perekonomian yang berlingkup pada usaha mikro, kecil dan menengah.

Dengan adanya peraturan ini, para pengusaha yang menjalankan usahanya dalam bidang UMKM harus mentaati peraturan perundang-undangan tersebut.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM terdiri dari 11 bab, 44 pasal dan 45 ayat. Di antara pasal-pasal tersebut, terdapat lima pasal yang mendelegasikan secara tegas pengaturan beberapa substansi secara lebih detail dalam bentuk Peraturan Pemerintah (PP). Pertama, Pasal 12 ayat (2) tentang Persyaratan dan Tata Cara Perizinan Usaha bagi UMKM. Kedua, Pasal 16 ayat (3) tentang Tata Cara Pengembangan UMKM. Ketiga, Pasal 37 tentang Kemitraan. Keempat, Pasal 38 ayat (3) tentang Penyelenggaraan Koordinasi dan Pengendalian Pemberdayaan UMKM. Kelima, Pasal 39 ayat (3) tentang Tata Cara Pemberian Sanksi Administratif Terhadap Pelanggaran Dalam Hubungan Kemitraan Usaha.

Dalam Undang-undang UMKM terdapat kriteria yang ditetapkan untuk usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima

puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan menggunakan indikator lain sebagai dasar untuk menentukan usaha yang termasuk dalam UMKM. Salah satunya yaitu Badan Pusat Statistik (BPS) yang mendefinisikan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja. Menurut BPS, usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja lima orang sampai dengan 19 orang. Sedangkan, usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Undang-Undang ini, aturannya adalah pemberdayaan, di mana

esensi dari pemberdayaan adalah menciptakan iklim usaha serta pembinaan dan pengembangan. Penciptaan iklim usaha merupakan refleksi tugas pemerintah yang diwujudkan dalam bentuk kebijakan, peraturan dan perundangan yang mengarahkan untuk mengatasi permasalahan eksternal yang dihadapi UMKM dan memfasilitasi terbukanya peluangberusaha secara berkeadilan.<sup>38</sup> Pada undang-undang ini, penciptaan iklim usaha mencakup aspek pendanaan, sarana dan prasarana, informasi usaha, perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang dan dukungan kelembagaan. Sedangkan pembinaan dan pengembangan usaha merupakan upaya yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah bersama dunia usaha dan masyarakat. Pengembangan usaha terhadap UMKM yang dilakukan dengan partisipasi dunia usaha dan masyarakat itu, sejatinya berdimensi luas menyangkut bidang fungsi bisnis atau usaha, yaitu: produksi, pemasaran, sumber daya manusia dan teknologi.

UMKM memegang peranan penting, baik di skala nasional maupun internasional. UMKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, termasuk negara Indonesia. Terdapat tiga alasan yang mendasari negara berkembang memandang penting keberadaan UMKM.<sup>39</sup> Pertama, kinerja UMKM cenderung lebih baik

---

<sup>38</sup> Mukti Fajar ND, 2016, *UMKM di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hal. 131

<sup>39</sup> Chyntia Delvita Sari Hasibuan, 2018, *Perlindungan Hukum Atas Merek Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Online (E-filing) Berdasarkan Undang-*

dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, UMKM sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga, UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas ketimbang usaha besar.

UMKM bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, antara lain:<sup>40</sup>

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan;
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
3. Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Eksistensi dan kekuatan UMKM yang mampu bertahan dari keadaankrisis tidak bisa diragukan lagi. Setelah 1998 Indonesia dilanda krisismoneviter dan krisis global tahun 2008, sektor UMKM kokoh menjadi penyanggah perekonomian nasional. Dari sudut kualitatif, UMKM memiliki jumlah tenaga kerja cukup banyak dan sistem perekonomian rakyat yang

---

*Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*, Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, hal. 50

<sup>40</sup> Lihat Pasal 5 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM

digunakan menjadikan usaha ini tidak terkena dampak yang terlalu besar. Dalam skala internasional, OECD memperkirakan bahwa UMKM mencakup 90% dari perusahaan yang ada di dunia, dan mempekerjakan lebih dari 50% angkatan kerja dunia. Sedangkan dalam skala nasional, UMKM menyumbang 40% dari pendapatan nasional (GDP) di negara berkembang. Selain itu, UMKM menciptakan 7 dari 10 posisi baru yang tersedia bagi tenaga kerja.<sup>41</sup>

Keberadaan UMKM diharapkan berdampak cukup kuat di Indonesia, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik dalam sektor tradisional maupun modern. Peranan UMKM ini menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perancangan tahapan pembangunan. Namun jika dilihat hasilnya, peran UMKM ini masih rendah yang tercermin dari kontribusinya terhadap PDB. Hal ini disebabkan karena beberapa permasalahan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Permodalan. UMKM masih dihadapkan pada keterbatasan kemampuan dalam menyediakan modal kerja bagi pengembangan usahanya. Deregulasi di sektor perbankan bagi UMKM justru mempersulit untuk memperoleh dana murah, karena tingkat suku bunga sepenuhnya ditentukan oleh mekanisme pasar, sedangkan kredit likuiditas Bank Indonesia sangat dibatasi. Selain itu, UMKM

---

<sup>41</sup> Yunita R. Panjaitan, Bismar Nasution, dan Mahmul Siregar *Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikri, Kecil dan Menengah dalam Pasar Bebas Asean-China Free Trade Area*, Jurnal Hukum Ekonomi, Volume 1 Nomor 2 Feb-Mei 2013, hal. 3

mempunyai akses yang sangat minim untuk mendapatkan sumber pembiayaan alternatif (Lembaga Non Bank) karena berbagai bentuk persyaratan dan prosedur untuk memperoleh kredit, sehingga akhirnya UMKM pada umumnya mencari pinjaman kerentir.

2. Teknologi dan Produksi. Di bidang teknologi sering dijumpai masalah efisiensi dan produktivitas yang rendah. Masalah ini timbul karena kapasitas alat tidak digunakan secara optimal, kapasitas jam kerja rendah, keterampilan tenaga kerja yang masih sederhana, metodedan teknik produksi yang masih konvensional, serta kurangnya kegiatan untuk melakukan diversifikasi produk. Mutu produksi yang masih rendah disebabkan mutu bahan baku yang juga rendah, quality control yang masih lemah, disain dan pengepakan yang kurang diperhatikan. Dalam beberapa hal UMKM juga belum mampu mengawetkan produk dan belum memiliki kemampuan untuk memanfaatkan limbah. Kondisi tersebut sebagai akibat belum memadainya dukungan penelitian dan pengembangan guna mendapatkan teknologi tepat guna, sehingga mengalami kesulitan dalam pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pembeli.
3. Pemasaran. Selama ini orientasi UMKM terfokus pada pasar domestik karena belum siap dalam menghadapi persaingan global akibat rendahnya mutu dan produktifitas, belum mampu menerobos

pasar akibat keterbatasan dalam mengakses informasi pasar, dan rendahnya posisi tawar (bargaining position). Sebenarnya peningkatan perluasan pasar tersebut penting bagi pengembangan pasar karena akan memperbesar jangkauan usaha UMKM. Adanya peningkatan perluasan pasar terutama dalam era perdagangan bebas ini merupakan peluang sekaligus tantangan bagi UMKM dalam memperoleh informasi pasar dengan cepat dan tepat. Keterbatasan dalam berproduksi mengakibatkan promosi yang dilakukan UMKM sangat terbatas pada pasar dan wilayah tertentu. Selain itu, keterbatasan pengetahuan tentang bentuk dan cara promosi, serta belum terkoordinir dan terkelolanya aktivitas UMKM secara terpadu, mengakibatkan beban yang cukup besar (high cost) bagi UMKM dalam melakukan promosi, sehingga cenderung mengabaikan kegiatan ini.

4. Manajemen. Dalam bidang manajemen kesulitan yang dihadapi UMKM adalah kurangnya pengetahuan dalam pengelolaan keuangan administrasi pembukuan, tingginya biaya yang dikeluarkan dari setiap unit produksi karena proses produksi yang tidak efisien. Selain itu, pengusaha kecil masih banyak yang belum menguasai penentuan kalkulasi harga pokok dan harga jual, serta tidak menganggap penting rencana usaha. Dalam pengelolaan tenaga kerja sering tidak efisien karena pembagian kerja tidak tepat atau pelaksanaan tugas yang tumpang tindih. Keuangan

perusahaan Universi dan pribadi berbaur dalam “satu laji”, sehingga tidak jelas berapa laba yang diperoleh dan bagaimana cara meningkatkan efisiensi. Semua itu sebagai akibat tertutupan dan belum tertatanya sistem, khususnya fungsi manajemen di bidang produksi, keuangan, maupun pemasaran dan Management Information System (MIS) sehingga sulit untuk berkembang serta belum mempunyai perencanaan yang matang dan terarah, sehingga belum dapat memberikan jaminan kontinuitas usaha.

5. Sumber Daya Manusia. Keterbatasan pengetahuan dalam memanfaatkan peluang pasar dalam maupun luar negeri mengakibatkan UMKM sulit mengembangkan usahanya. Kondisi ini diakibatkan relatif rendahnya tingkat pendidikan formal, rendahnya tingkat ketrampilan, tidak seimbangya tingkat upah dengan produktifitas yang dihasilkan, dan rendahnya turn over sehingga dapat mengganggu kontinuitas produksi.
6. Informasi. Kebijakan-kebijakan pemerintah yang dapat memberi dampak terhadap perkembangan UMKM, seperti tentang Perlindungan Konsumen, HKI, dan lain-lain. Sehingga banyak UMKM yang tidak berupaya untuk mengembangkan usahanya melalui riset dan pengembangan produk baru.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Ahmad Sabirin “*Dampak Ekosistem Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*” Jurnal Fakultas Hukum Universitas Trisakti, Volume .02 Tahun 2021, hal 78.

## H. Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Perspektif Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Berdasarkan Pasal 1 angka 1, angka 2 dan angka 3 serta Pasal 6 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang selanjutnya disebut UU No. 20 Tahun 2008 dapat ditafsirkan bahwa usaha mikro, kecil dan menengah ialah usaha kerja dari beragam sektor usaha. Maka dari fungsi itulah UMKM disebut memiliki peran penting bagi perekonomian nasional. Untuk memaksimalkan peran UMKM dalam perekonomian nasional, pemerintah pun berupaya agar usaha kecil, mikro dan menengah dapat terus berkembang di era pasar bebas.<sup>43</sup> Bentuk pemberdayaan UMKM oleh pemerintah dan pemerintah daerah sesuai dengan kewenangannya berdasarkan Pasal 2 PP No. 17 Tahun 2012 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu terdiri atas pengembangan usaha, kemitraan, perizinan dan koordinasi serta pengendalian.

Salah satu upaya pemerintah untuk mengembangkan UMKM melalui kemitraan usaha dengan program *bapak angkat*. Dalam program ini, pelaku usaha besar dianjurkan mengangkat UMKM dengan memberi bantuan dalam perluasan pasar yakni dengan melakukan kemitraan.<sup>44</sup> Pelaksanaan

---

<sup>43</sup> Yusri, 2014, "Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Perspektif Keadilan Ekonomi", Kanun Jurnal Ilmu Hukum Nomor 62 Tahun XVI, April 2014, hal. 1.

<sup>44</sup> Mirawan, "Aspek Hukum Tentang Pengembangan Usaha Melalui Kemitraan Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008," Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion, Vol. 1, No. 2, (2013), hlm. 8.

kemitraan ini bertujuan untuk mendorong hubungan saling menguntungkan antara UMKM dan Usaha Besar, adanya kepastian berusaha yang sama untuk pelaku usaha besar maupun UMKM serta mencegah terjadinya penguasaan pasar yang merugikan UMKM. Kemitraan menurut Pasal 1 angka 13 UU No. 20 Tahun 2008 adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan Usaha Besar.

Pelaksanaan kemitraan dapat dilakukan antar UMKM dan kemitraan antara UMKM dan usaha besar. Pasal 36 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2008 menentukan bahwa kedudukan hukum para pihak setara yang artinya hubungan antara usaha besar dan usaha kecil menengah yang melakukan pelaksanaan kemitraan ialah hubungan horizontal bukan vertikal. Oleh karena itu, para pelaku usaha yang menjalankan kemitraan haruslah memperhatikan aspek-aspek kemitraan yang tertuang dalam Pasal 11 UU No. 20 Tahun 2008 diantaranya<sup>45</sup> hubungan saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antara UMKM dan usaha besar, terbentuknya struktur pasar untuk menjamin persaingan usaha yang sehat serta melindungi konsumen. Selain mengatur mengenai pengertian serta aspek-aspek yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha dalam pelaksanaan kemitraan, UU No. 20 Tahun 2008 juga mengatur mengenai bentuk-bentuk pelaksanaan kemitraan yang dilarang yang diatur dalam Pasal 35 ayat (1)

---

<sup>45</sup> Ibid.

dan ayat (2) UU No. 20 Tahun 2008 yang dapat ditafsirkan bahwa usaha besar dan usaha menengah dilarang menguasai UMKM sebagai mitra usahanya dalam pelaksanaan kemitraan. Selain itu, pada Pasal 36 ayat (2) UU No. 20 Tahun 2008 disebutkan bahwa pelaksanaan kemitraan diawasi oleh lembaga yang dibentuk dan bertugas untuk mengawasi persaingan usaha sebagaimana diatur dalam peraturan perundangundangan. Yang secara implisit menunjuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai lembaga yang mengawasi pelaksanaan kemitraan.

Perlindungan terhadap UMKM diatur dalam Pasal 50 huruf h UU No. 5 Tahun 1999 menyebutkan bahwa pelaku usaha kecil dikecualikan dari ketentuan undang-undang ini. Pengecualian ini diberikan karena dengan modal dan aset UMKM yang tergolong kecil, maka UMKM memiliki kemampuan terbatas untuk melakukan monopoli pasar dan untuk memperjelas kriteria UMKM yang diberikan pengecualian sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2008. Mengenai pengertian pelaku usaha kecil, dalam penjelasan Pasal 50 huruf h dijelaskan bahwa pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil adalah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995. Namun, karena UU No. 9 Tahun 1995 telah dicabut dan diganti dengan UU No. 20 Tahun 2008 maka, kriteria usaha 11 kecil yang perlu dilindungi mengacu pada Pasal 6 ayat (2) UU No. 20 Tahun 2008 yaitu :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan paling banyak Rp 500 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta sampai dengan

paling banyak Rp 2,5 miliar. Usaha mikro dan usaha kecil menurut Pasal 1 ayat 2 UU No. 20 Tahun 2008 dapat ditafsirkan sebagai usaha milik orang perorangan yang berdiri sendiri dan bukan merupakan cabang atau anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha yang lebih besar dan memenuhi kriteria masing-masing, usaha mikro dan usaha kecil. Oleh karena itu, apabila usaha mikro dan usaha kecil memenuhi ketentuan UMKM menurut pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 namun tidak memenuhi ketentuan pasal 1 ayat 2 UU No. 20 Tahun 2008 maka tidak termasuk dalam pengecualian pasal 50 huruf h UU No. 5 Tahun 1997.

## **I. Electronic Commerce (E-Commerce)**

Secara umum, *electronic commerce (e-commerce)* merupakan sistem perdagangan yang menggunakan mekanisme elektronik yang ada di jaringan internet yang melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. *E-Commerce* didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (trade of goods and services) yang menggunakan media elektronik.<sup>46</sup>

David Baum sebagaimana dikutip Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi menyebutkan bahwa:

*“e-commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business processes that link enterprises, consumers, and communities through electronic transaction and the electronic exchange of goods, services, and information”*

---

<sup>46</sup> Riyeke Ustadiyanto, 2001, Framework eCommerce, Andi, Yogyakarta, hal. 139

*“E-commerce adalah seperangkat teknologi, aplikasi, dan proses bisnis dinamis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, jasa, dan informasi secara elektronik”*

*E-commerce* juga dapat didefinisikan berdasarkan perspektif

berikut:<sup>47</sup>

1. Perspektif Komunikasi merupakan pengiriman informasi, produk atau layanan serta pembayaran melalui telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
2. Perspektif Proses Bisnis merupakan aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
3. Perspektif Layanan merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas biaya layanan ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
4. Perspektif Online berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

Dalam dunia perdagangan global saat ini, *e-commerce* merupakan suatu kemajuan teknologi informasi, dimana transaksi bisnis tidak lagi dilakukan secara konvensional, yang mengharuskan pembeli berinteraksi langsung dengan penjual atau adanya keharusan menggunakan uang tunai. Tetapi penjual diwakili oleh suatu sistem yang melayani pembeli

---

<sup>47</sup> Onno W. Purbo, 2000, *Mengenal E-Commerce*, PT.Elex Media Komputindo Jakarta, hal.65

secara online dengan melalui media jaringan komputer.<sup>48</sup>

Merujuk pada Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak No. SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi *E-Commerce*, transaksi *e-commerce* setidaknya dapat dibagi kedalam 4 (empat) model transaksi yaitu:

1. *Online Marketplace*, merupakan kegiatan usaha berupa toko internet di mall internet sebagai tempat *online marketplace merchant* untuk menjual barang dan/atau jasa.
2. *Classified Ads*, merupakan kegiatan yang menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang konten barang dan jasa, baik berupa teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain, bagi pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada pengguna iklan melalui situs yang disediakan oleh penyelenggara *classified ads*.
3. *Daily Deals*, merupakan kegiatan yang menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat bagi *merchant* untuk menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan voucher sebagai sarana pembayaran.
4. *Online Retail*, merupakan kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggara *online retail* kepada pembeli

---

<sup>48</sup> Imam Lukito, Tantangan Hukum dan Peran Pemerintah dalam Pembangunan E-commerce, Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum. Volume 11. Nomor 3 Oktober 2017, hal. 351.

di situs *online retail*.

Kemudian, jenis jenis e-commerce yang diklasifikasikan berdasarkan sifat transaksinya, antara lain: <sup>49</sup>

1. *Business to business (B2B)* meliputi semua jenis transaksi elektronik yang dilakukan antar perusahaan. Contoh : bizzy.co.id dan ralali.com
2. *Business to Consumer (B2C)* adalah jenis *e-commerce* yang melibatkan langsung antara penjual atau perusahaan dengan konsumen akhir (individual buyer). Jenis ini berkembang dengan sangat cepat karena adanya dukungan munculnya platform website serta banyaknya toko virtual bahkan mal di internet yang menjual beragam kebutuhan masyarakat. Contoh: Berybenka, Bhinneka, Tiket.com dan lain lain.
3. *Consumer to Consumer (C2C)* meliputi semua jenis transaksi elektronik antar konsumen. Umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online untuk melakukan transaksi tersebut. Konsep jenis ini banyak digunakan dalam situs online auction atau lelang secara online. Contoh: Tokopedia, Bukalapak, Elevation dan lain-lain.
4. *Consumer to Business (C2B)* adalah jenis *e-commerce* dimana pelaku bisnis perorangan atau individual melakukan transaksi

---

<sup>49</sup> Rebecca, *Jenis-Jenis E-Commerce dan Contohnya*, <http://www.progresstech.co.id/blog/jenis-e-commerce/> diakses pada 25 25 Juli 2021.

atau interaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis e-commerce seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia.

Contoh: [priceline.com](http://priceline.com).

5. *Business-to-Administration* (B2A) mencakup semua jenis transaksi yang dilakukan secara online antara perusahaan dan administrasi publik pemerintah. Jenis e-commerce ini melibatkan banyak layanan, khususnya di bidang-bidang seperti fiskal, jaminan sosial, ketenagakerjaan, dokumen hukum dan register, dan lainnya. Contoh: [www.bpjs-online.com](http://www.bpjs-online.com).
6. *Consumer-to-Administration* (C2A) meliputi semua jenis transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan administrasi publik. Contoh area yang menggunakan jenis e-commerce ini adalah:
  - a. Pendidikan – penyebaran informasi, proses pembelajaran jarak jauh, dan lainnya
  - b. Jamsostek – penyebaran informasi, pembayaran, dan lainnya.
  - c. Pajak – pengajuan pajak, pembayaran pajak, dan lainnya.
  - d. Kesehatan – janji pertemuan, informasi mengenai penyakit, pembayaran layanan kesehatan dan lainnya
7. *Online-to-Offline* (O2O), jenis *e-commerce* yang menarik pelanggan dari saluran online untuk toko fisik. Beberapa website di Indonesia yang menerapkan jenis O2O adalah Kudo dan Matahari Mall.

Pada dasarnya, hadirnya *e-commerce* memberikan manfaat baik

bagi pelaku usaha maupun bagi konsumen. Adapun keuntungan bagi para *merchant*, antara lain:<sup>50</sup>

1. Dapat digunakan sebagai lahan untuk memperoleh pendapatan (revenue generation) yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa; menjual informasi, iklan (baner), membuka cybermall, dan sebagainya.
2. Menurunkan biaya operasional. Berhubungan langsung dengan pelanggan melalui internet dapat menghemat kertas dan biaya telepon, tidak perlu menyiapkan tempat ruang pameran (outlet), staf operasional yang banyak, gudang yang besar dan sebagainya.
3. Memperpendek product cycle dan management supplier. Perusahaan dapat memesan bahan baku atau produk supplier langsung ketika ada pemesanan sehingga perputaran barang lebih cepat dan tidak perlu gudang besar untuk menyimpan produk-produk tersebut.
4. Melebarkan jangkauan (global reach). Pelanggan dapat menghubungi perusahaan /penjual dari manapun di seluruh dunia.
5. Waktu operasi tidak terbatas. Bisnis melalui internet dapat dilakukan selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu.

---

<sup>50</sup> Serena Claudia, 2011, *Perlindungan Hak Konsumen Terhadap Kejelasan Informasi dalam Suatu Kontrak Elektronik Jual Beli Via Websites (Studi Kasus Situs Informasi dalam Suatu Kontrak Elektronik Jual Beli Via Websites (Studi Kasus Situs Airasia.com dan Belibarang.com)*, Tesis, Program Studi Pascasarjana, Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

6. Pelayanan ke pelanggan lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga perusahaan dapat meningkatkan pelayanannya.

Sedangkan keuntungan bagi pembeli, antara lain:

1. *Home Shopping*. Pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan menjangkau toko-toko yang jauh dari lokasi.
2. Mudah dilakukan. Tidak perlu pelatihan khusus untuk bisa belanja atau melakukan transaksi melalui internet.
3. Pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk maupun jasa yang ingin dibelinya.
4. Tidak dibatasi waktu. Pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu.
5. Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di outlet-outlet atau pasar tradisional.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif. Menurut Soerjono Soekanto, penelitian hukum normatif atau yuridis normatif adalah