

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi yang berkembang dengan sangat cepat telah membawa banyak kemudahan dalam transaksi perdagangan baik berupa barang maupun jasa. Melalui jaringan internet, Interaksi dalam melakukan perdagangan yang semula dilakukan melalui pertemuan secara langsung (*face to face*), sekarang banyak dilakukan secara *online*.¹ Indonesia sendiri jumlah pengguna internet terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini terlihat dari survei penggunaan internet yang dilaksanakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2020. Dari survey tersebut didapatkan data bahwa masyarakat Indonesia yang menggunakan internet sebanyak 73,7 persen dengan perhitungan terdapat sebanyak 196,7 juta orang yang menggunakan internet dari total populasi warga negara Indonesia sebanyak 266,9 juta.² Luasnya cakupan penggunaan internet tersebut membawa kemudahan tersendiri bagi pelaku usaha untuk menawarkan barang dan jasanya secara elektronik.

Perkembangan dunia digital yang sangat pesat telah membuka

¹ Adis Nur Hayati, (2021), *Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce di Indonesia*, Jurnal Penelitian Hukum De Jure, 21(1), Hlm 110.

² Naruliza, E, & Suseno, R, (2021), *Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Di Kota Palembang*, Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi, 17(1), Hlm 98.

jaringan yang lebih luas guna terbentuknya perekonomian global, hal ini mendorong munculnya berbagai transaksi bisnis yang banyak melibatkan pelaku usaha dalam menjual barang dan/atau jasa berbasis teknologi. Transaksi yang dilakukan menggunakan media perangkat digital biasanya disebut sebagai *electronic commerce* (selanjutnya disebutkan *e-commerce*).³ Aktivitas ini mempertemukan produsen dengan konsumen secara tidak langsung yakni menggunakan media perantara berupa perangkat elektronik yang menimbulkan suatu kesepakatan yang diakhiri dengan transaksi secara *online*.⁴ Setiap kegiatan usaha pasti memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya atas suatu barang ataupun jasa yang disediakan.⁵ Penjualan produk melalui *e-commerce* dianggap lebih praktis jika dibandingkan dengan cara yang konvensional, serta dapat membuat produsen dan konsumen tetap berhubungan walaupun berada di wilayah yang berbeda.

Tentunya kegiatan jual beli online ini tetaplah tergolong pada kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi guna memenuhi kebutuhan manusia terdiri atas kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Kegiatan produksi merupakan kegiatan yang menghasilkan atau menambah nilai guna barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia sehingga

³ Panjaitan, Y, A, (2021), *Indikasi Predatory Pricing Pada Praktik Perang Harga Antara Pelaku Usaha Financial Technology (FINTECH) Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, " *Dharmasisya*" Jurnal Program Magister Hukum FHUI, 1(3), 38, Hlm 1615.

⁴ Hasanah, A, (2024), *Analisis Yuridis Penegakan Hukum pada Pelaku Predatory Pricing di Aplikasi E-Commerce Ditinjau Menurut Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, *At-Tanwir Law Review*, 4(1), Hlm 47.

⁵ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), Hlm 182.

menghasilkan keuntungan dan meningkatkan mutu.⁶ Selanjutnya, kegiatan distribusi adalah perpindahan barang dan/atau jasa dari produsen ke pemakai industri atau konsumen.⁷ Sedangkan kegiatan konsumsi adalah penggunaan barang dan/atau jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia.⁸ Kegiatan-kegiatan tersebut sudah secara otomatis saling berkaitan satu sama lain. Barang atau jasa yang disediakan oleh produsen tidak mungkin sampai ke tangan konsumen tanpa adanya kegiatan distribusi. Selain kegiatan tersebut, dalam kegiatan perdagangan *online* di *marketplace* dikenal pula adanya istilah *delivery* yang merupakan kegiatan pengiriman barang dari lokasi sumber ke lokasi tujuan yang melibatkan transportasi dan distribusi.

Memaksimalkan potensi bisnis *e-commerce* yang telah terbukti terus berkembang. Apalagi, jual-beli *online* membutuhkan modal yang sangat kecil, namun hasilnya sungguh luar biasa (*low cost high impact*). “Di era seperti sekarang ini, siapapun bisa menjadi penjual *online*. Salah satu bidang peningkatan teknologi yang saat ini dapat kita rasakan adalah *e-commerce*, terutama oleh mereka yang senang berbelanja online. Aspek penunjangnya ialah:⁹

1. Jangkauan yang besar

⁶ Rahayu, T, P, (2020), *Pelaku Kegiatan Ekonomi*, Alprin, Hlm 8.

⁷ Suryanto, M, H, & SE, M, (2016), *Sistem operasional manajemen distribusi*, Jakarta: Grasindo, Hlm 10.

⁸ Takahindangen, W, C, Rotinsulu, D, C, & Tumilaar, R, L, (2021), *Analisis Perbedaan Pengeluaran Konsumsi Pengemudi Ojek Online Grabsebelum Dan Sesudah Menjadi Pengemudi Ojek Online Di Kota Manado*, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 21(1), Hlm 39.

⁹ Hapsari, N, T, (2024), *Kompetisi Plat Form E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Persaingan Usaha*, *Kasasi: Journal of Law*, 1(1), Hlm 2.

2. Sistem pembayaran yang tidak lambat.
3. *E-commerce* bisa menekankan kreatifitas yang cepat, tepat serta pengalokasian data yang diinformasikan langsung dengan terpadu.
4. *E-commerce* bisa menciptakan kemampuan yang tinggi, ekonomis dan informatif.
5. *E-commerce* bisa menaikkan kebahagiaan konsumen melalui jasa yang pesat, gampang nyaman, serta tepat

E-commerce berkembang menjadi tren utama dengan memberi konsumen dan bisnis peluang baru dan melihat peningkatan pendapatan tahunan. Perusahaan sering menggunakan media *e-commerce* ke dalam operasi perusahaan sebagai saluran distribusi sebagai dari meningkatkannya kesadaran mereka akan kenyataan ini. Elemen terpenting pada perekonomian bangsa adalah kompetisi bisnis. Kompetisi usaha (*kompetition*) dapat berdampak pada regulasi yang berhubungan dengan perdagangan, perusahaan, lingkungan bisnis mendukung, ketentraman masyarakat, masih banyak lagi. Persaingan pasar akan mendorong bisnis untuk mengembangkan dan memproduksi berbagai barang dengan harga kompetitif yang akan menguntungkan produsen dan pelanggan.¹⁰

Selain adanya kemudahan, berbagai *e-commerce platform* juga berlomba untuk memberikan layanan transaksi perdagangan terbaik yang

¹⁰ Hidayati, T, (2012), *Aspek hukum persaingan usaha dalam peraturan presiden nomor 54 tahun 2010, el-Maslahah*, 2(2), Hlm 115.

dapat dinikmati konsumen, termasuk tindakan pelaku usaha dari layanan *e-commerce platform* dalam menawarkan berbagai potongan diskon harga pada produk yang dijual di *platform* menggunakan *voucher* diskon, program *flash sale*, dan potongan ongkos pengiriman barang (gratis ongkir). Meninjau pada berbagai tindakan bisnis tersebut, erat kaitannya dengan persaingan usaha di Indonesia, yaitu terbentuknya lingkup pelaksanaan persaingan usaha yang baru dalam industri digital.¹¹

Hukum persaingan usaha muncul dan tumbuh seiring dengan meningkatnya kompleksitas dalam dunia usaha. Semakin berkembangnya kegiatan usaha, maka muncul kebutuhan untuk mengatur bagaimana pelaku usaha berinteraksi dengan pihak lain. Oleh karena itu, pengaturan hukum ini tidak hanya bertujuan untuk melindungi konsumen, tetapi juga untuk memberikan perlindungan kepada pelaku usaha. Inti dari norma dalam Undang-Undang persaingan usaha adalah menciptakan bentuk ekonomi yang demokratis. Dikutip pada Pasal 50 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang perlindungan konsumen). Undang-Undang tersebut melarang pelaku usaha besar untuk menggunakan kekuatan pasarnya untuk menghambat pelaku usaha lain (termasuk UMKM) ataupun melakukan praktik lain yang merugikan. Salah satu tujuan Undang-Undang ini yaitu menjamin kesempatan berusaha yang sama bagi setiap pelaku usaha.

¹¹ Nazhari, A, F, & Irkham, N, (2023), *Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing Dan Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Industri E-Commerce*, *Jurnal Persaingan Usaha*, 3(1), Hlm 20.

Untuk terciptanya persaingan usaha yang sehat, perlu adanya campur tangan pemerintah dengan bersumber pada ketentuan peraturan perundang-undangan. Diperlukan suatu aturan berkaitan dengan *e-commerce* yang dapat mencakup dan mengatasi permasalahan yang ada di masyarakat.¹² Untuk saat ini, implementasi kegiatan *e-commerce* di Indonesia mengacu pada Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Salah satu tujuan diterbitkannya UU ITE memang untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi para pelaku sektor *e-commerce*. Namun, Undang-Undang ini tampaknya belum mampu mewujudkan tujuannya tersebut. Sedangkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia tidak secara khusus mengatur persaingan usaha dalam *e-commerce*. Undang-Undang tersebut lebih berfokus pada perlindungan hak-hak konsumen dalam transaksi konvensional dan modern tanpa merujuk secara khusus pada *e-commerce*.¹³

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan salah satu bentuk perbuatan yang dapat mendatangkan keuntungan atau menimbulkan kerugian. Persaingan merupakan pendorong untuk memajukan

¹² Hotana, M, S, (2018), *Industri e-commerce dalam menciptakan pasar yang kompetitif berdasarkan hukum persaingan usaha*, Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune, 1(1), Hlm 29.

¹³ Sari, I, P, (2019), *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Berdasarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Beserta Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Pamulang Law Review, 2(1), Hlm 15.

perusahaan dengan menciptakan produk bermutu.¹⁴ Undang-Undang persaingan usaha bertujuan untuk menjaga supremasi hukum dan memberikan pertimbangan yang sama kepada semua pelaku ekonomi guna menciptakan persaingan yang sehat, Undang-Undang persaingan usaha menetapkan tujuan pendiriannya sebagai berikut:¹⁵

1. upaya untuk melayani kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2. Menciptakan lingkungan usaha yang kondusif dengan mengatur persaingan usaha yang sehat untuk menjamin pemerataan kesempatan usaha bagi perusahaan besar, menengah dan kecil.
3. Mencegah praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat oleh entitas ekonomi.
4. Untuk menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan bisnis.

Tujuan di atas pada intinya menyatakan bahwa Undang-Undang antimonopoli harus menciptakan efisiensi ekonomi pasar dengan mencegah monopoli, mengatur persaingan yang adil dan bebas dan menjatuhkan sanksi kepada pelanggannya.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) telah melakukan penyelidikan terhadap dugaan praktik monopoli yang dilakukan oleh PT Shopee Internasional Indonesia terkait layanan jasa pengiriman barang di

¹⁴ Ngebi, S, & NPM, S, (2017), *Pertanggungjawaban Pengurus Koperasi dalam Pengembangan Jasa Keuangan Guna Menghadapi Persaingan Bisnis Koordinasi Antar Manager dengan Pengurus dalam Mensejahterakan Anggota*, Jurnal Nestor Magister Hukum, 1(1), Hlm 17.

¹⁵ Siregar, I, P, (2023), *Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Penerbit P4I, Hlm 23.

e-commerce platform mereka. KPPU menduga bahwa Shopee menggunakan algoritma yang secara otomatis memprioritaskan penggunaan dua perusahaan jasa pengiriman, yaitu PT Nusantara Express Kilat (SPX) dan J&T. Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan adanya praktik integrasi vertikal yang merugikan kompetisi usaha yang sehat, terutama bagi perusahaan jasa pengiriman lain yang tidak diberi kesempatan yang sama meskipun memiliki performa layanan yang baik.¹⁶

Menurut Investigator KPPU, Maduseno Dewobroto, Shopee beralasan bahwa prioritas tersebut diberikan karena SPX dan J&T memiliki performa yang unggul. Namun, KPPU menemukan bukti bahwa perusahaan pengiriman lain juga memenuhi kriteria kualitas, tetapi tidak diaktifkan secara otomatis di *platform* Shopee. Sistem yang diatur sedemikian rupa ini diduga membatasi pilihan konsumen dan penjual, sehingga mengarah pada penguasaan Shopee terhadap layanan logistik tertentu.¹⁷

Lebih lanjut, KPPU menyoroti adanya rangkap jabatan dalam manajemen antara Shopee dan SPX yang diduga memicu konflik kepentingan. Dugaan praktik monopoli ini melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (selanjutnya disebut Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat) Pasal 19 mengatur “Pelaku

¹⁶ Dwi rachmawati (2024) <https://ekonomi.bisnis.com/read/20240528/98/1768905/kppu-beberkan-dugaan-shopee-monopoli-layanan-jasa-kurir>, Di akses pada 15 september 2024.

¹⁷ *Ibid*

usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa”

- a) menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan;
- b) atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”

Pasal 25 ayat (1) huruf a mengatur “Pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk,

- a) 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”

Pasal-pasal ini melarang pelaku usaha untuk membatasi kebebasan usaha lain dan menyalahgunakan posisi dominan untuk kepentingan tertentu. Jika terbukti, Shopee dapat dikenakan sanksi hukum yang berat. KPPU juga telah mengidentifikasi bahwa perubahan dalam algoritma pemilihan jasa pengiriman sejak tahun 2021 telah berdampak pada hilangnya kebebasan konsumen dalam memilih layanan logistik yang paling sesuai.¹⁸

Hak-hak konsumen pun dalam memilih jasa pengiriman dibatasi

¹⁸ Moh Fajri, Widya islamiati, (2024) <https://kumparan.com/kumparanbisnis/kppu-beberkan-dugaan-e-commerce-monopoli-jasa-layanan-pengiriman-di-marketplace-22pLZnCxU1n>, di akses pada 12 september 2024.

oleh algoritma dan sistem *platform* yang secara otomatis memprioritaskan jasa pengiriman tertentu yakni pihak SPX yang diduga terafiliasi dengan pihak platform shopee. Batasan ini berpotensi mengurangi hak konsumen untuk mendapatkan layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka, baik dari segi harga, kualitas, maupun kecepatan pengiriman. Ketika konsumen tidak memiliki pilihan kurir secara leluasa, mereka mungkin saja harus menggunakan layanan yang kurang sesuai atau bahkan lebih mahal, yang akhirnya berpotensi merugikan secara finansial maupun dari segi kepuasan pengalaman berbelanja.

Dari perspektif perlindungan konsumen, hak memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar, hak memilih yang dimiliki oleh konsumen ini hanya ada jika ada alternatif pilihan dari jenis produk tertentu, karena jika suatu produk dikuasai secara monopoli oleh suatu produsen (baik barang maupun jasa), atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain, maka dengan sendirinya hak untuk memilih ini tidak akan berfungsi.¹⁹

Meskipun regulasi yang ada telah mengatur aspek perlindungan konsumen dan larangan monopoli, belum ada regulasi yang secara spesifik mengatur dinamika *e-commerce* dalam kaitannya dengan persaingan usaha. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih mendalam mengenai bagaimana kebijakan dan regulasi dapat disesuaikan untuk

¹⁹ Ahmadi Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, Hlm 106.

menciptakan ekosistem e-commerce yang adil, kompetitif, dan berkelanjutan di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan *e-commerce* di Indonesia membawa dampak yang signifikan terhadap cara bertransaksi dan dinamika persaingan usaha. Di satu sisi, *e-commerce* menawarkan kemudahan, efisiensi, dan peluang baru bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan modal yang lebih kecil. Di sisi lain, pesatnya perkembangan ini juga memunculkan tantangan terkait praktik persaingan usaha yang tidak sehat, terutama dengan dugaan integrasi vertikal *platform* besar yang berpotensi membatasi kebebasan memilih bagi konsumen dan menghambat pesaing lain masuk sebagai pesaing.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan dalam latar belakang masalah di atas, dengan ini penulis merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana integrasi vertikal yang dilakukan Shopee berdampak terhadap persaingan usaha yang sehat dalam *e-commerce*?
2. Bagaimana peran pengawasan dan penegakan hukum KPPU dalam mencegah praktik monopoli di sektor *e-commerce* di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas yang menjadi tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji dan menganalisis integrasi vertikal yang dilakukan Shopee berdampak terhadap persaingan usaha yang sehat dalam *e-commerce*?
2. Untuk mengkaji dan menganalisis peran pengawasan dan penegakan hukum oleh (KPPU) dalam mencegah praktik monopoli di sektor *e-commerce* di Indonesia?

D. Manfaat penelitian

Selain mempunyai tujuan, penulisan ini juga mempunyai manfaat.

Ada beberapa manfaat dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan pada pengembangan ilmu hukum, khususnya di bidang hukum perdata, hukum ekonomi dan bisnis, serta hukum jaminan di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam menetapkan kebijakan yang berkaitan persaingan usaha dan dunia perdagangan melalui digital.
- b. Diharapkan sebagai tambahan pengetahuan dan bahan referensi bagi penelitian mengenai hukum persaingan usaha dan hukum ekonomi di Indonesia.

E. Orisinalitas Penelitian

Nama Penulis	Andi Frezky Saputra Ilham Dwijayana	
Judul Tulisan	Analisis Yuridis Monopoli Perdagangan Terhadap Umkm Konvensional Oleh E-Commerce (Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat)	
Kategori	Jurnal	
Tahun	2024	
Perguruan Tinggi	Universitas Gorontalo	
Uraian	Penelitian Terdahulu	Rencana Penelitian
Isu dan Permasalahan	Peningkatan transaksi jual beli online yang signifikan akibat Flash sale dapat menjadi indikasi bentuk praktik predatory pricing. Sebagaimana dilarang dalam Pasal 20 UU No.5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang akhirnya akan mengarah kepada Pasal 17 ayat (1) UU No.5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.	KPPU menemukan bukti bahwa perusahaan pengiriman lain juga memenuhi kriteria kualitas, tetapi tidak diaktifkan secara otomatis di platform Shopee. Sistem yang diatur sedemikian rupa ini diduga membatasi pilihan konsumen dan penjual, sehingga mengarah pada penguasaan Shopee terhadap layanan logistik tertentu sehingga dapat menimbulkan praktik persaingan usaha dan praktik monopoli terhadap jasa pengiriman dikarenakan hanya dikuasai oleh satu pihak yang dominan.
Teori pendukung	Teori Kepastian Hukum dan Teori Perlindungan Hukum.	Teori keadilan Hukum dan Teori perlindungan Hukum
Metode penelitian	Pendekatan Konseptual dan pendekatan Perundang-undangan.	Pendekatan Konseptual dan Pendekatan Perundang-undangan. Pendekatan sosio-legal

Pendekatan (normatif)	Normatif	Normatif
Populasi & Sampel (opsional)	-	-
Hasil & Pembahasan	terdapat unsur pelaku usaha, pemasokan barang dan/atau jasa, jual atau menetapkan harga yang sangat rendah terpenuhi sedangkan unsur dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya, mengakibatkan terjadinya praktik monopoli, dan persaingan tidak sehat tidak terpenuhi sehingga pemasaran flash sale tersebut tidak bisa dikatakan predatory pricing karena terdapat beberapa unsur yang tidak terpenuhi.	
Desain Kebaruan Tulisan/Kajian		Tesis ini membahas secara khusus mengenai pengaruh integrasi vertical yang dilakukan Shopee berdampak pada persaingan usaha yang sehat dalam industri <i>e-commerce</i> dan bagaimana peran pengawasan dan penegakan hukum oleh (KPPU) dalam mencegah praktik monopoli dalam sektor <i>e-commerce</i> di Indonesia

Nama Penulis	Vicky Darmawan A.P
--------------	--------------------

Judul Tulisan	Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha	
Kategori	Jurnal	
Tahun	2022	
Perguruan Tinggi	Universitas Indonesia	
Uraian	Penelitian Terdahulu	Rencana Penelitian
Isu dan Permasalahan	terdapat potensi ancaman bagi pelaku usaha lokal (<i>domestic</i>). Hal tersebut diakibatkan karena perdagangan <i>e-commerce</i> merupakan perdagangan tanpa batas geografis, sehingga barang-barang impor yang harga jualnya jauh lebih murah daripada barang lokal dapat mendominasi perdagangan di Indonesia. Presiden Joko Widodo memberikan perhatian dengan menyerukan kewaspadaan akan adanya praktik predatory pricing yang dilakukan pelaku usaha yang memasarkan barang-barang impor	KPPU menemukan bukti bahwa perusahaan pengiriman lain juga memenuhi kriteria kualitas, tetapi tidak diaktifkan secara otomatis di platform Shopee. Sistem yang diatur sedemikian rupa ini diduga membatasi pilihan konsumen dan penjual, sehingga mengarah pada penguasaan Shopee terhadap layanan logistik tertentu sehingga dapat menimbulkan praktik persaingan usaha dan monopoli terhadap jasa pengiriman dikarenakan hanya dikuasai oleh satu pihak yang dominan.
Teori pendukung	Teori hukum ekonomi	Teori keadilan Hukum dan Teori Perlindungan hukum
Metode penelitian	Pendekatan perundangan dan kajian Pustaka	Pendekatan Konseptual dan Pendekatan Perundang-undangan. Pendekatan sosio-legal
Pendekatan (normatif)	Normatif	Normatif
Populasi &	-	-

Sampel (opsional)		
Hasil & Pembahasan	Untuk menentukan apakah penjualan barang impor dengan harga sangat murah dalam ecommerce termasuk kategori predatory pricing yang dilarang dalam hukum persaingan usaha di Indonesia, harus dibuktikan sejumlah unsur dalam Pasal 20 UU No. 5/1999. Banyaknya produk impor dari luar negeri yang ditawarkan dengan harga murah di platform e-commerce yang berpotensi merugikan UMKM lokal tidak serta merta dikategorikan praktik predatory pricing yang melanggar UU No. 5/1999, karena larangan jual rugi di Pasal 20 UU No.5/1999 dirumuskan secara rule of reason	
Desain Kebaruan Tulisan/Kajian		Tesis ini membahas secara khusus mengenai pengaruh integrasi vertical yang dilakukan Shopee berdampak pada persaingan usaha yang sehat dalam industri <i>e-commerce</i> dan bagaimana peran pengawasan dan penegakan hukum oleh (KPPU) dalam mencegah praktik monopoli dalam sektor <i>e-commerce</i> di Indonesia

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang *E-commerce*

1. Sejarah e-commerce

Penerapan *electronic commerce* bermula di awal tahun 1970an, dengan adanya inovasi semacam *electronic fund transfer* (EFT) yang hanya dapat digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar, lembaga keuangan, dan segelintir perusahaan kecil yang nekat. Lalu muncullah *Electronic Data Interchange* (EDI), yang berkembang dari transaksi keuangan ke pemrosesan transaksi lain serta memperbesar jumlah perusahaan yang berperan serta, mulai lembaga-lembaga keuangan hingga perusahaan manufaktur, ritel, layanan, dan sebagainya. Aplikasi-aplikasi lain kemudian menyusul, yang memiliki jangkauan dari perdagangan saham hingga sistem reservasi perjalanan.²⁰

Pada saat itu sistem tersebut disebut sebagai aplikasi telekomunikasi yang nilai strategisnya sudah dikenal secara umum. Dengan adanya komersialisasi internet diawal tahun 1990-an, serta pesatnya pertumbuhan mencapai hingga jutaan pelanggan potensial, maka muncullah istilah *electronic commerce* (*e-commerce*), yang aplikasinya segera berkembang pesat. Pusat riset di Universitas Texas yang mempelajari 2000 perusahaan internet, sektor yang tumbuh paling

²⁰ Suliman, N, A, Dipotatmodjo, T, S, P, Haeruddin, M, I, W, Musa, M, I, & Natsir, U, D, (2024), *Pengaruh Strategi Digital Marketing di Shopee terhadap Minat Beli Generasi Z*, *Equivalent: Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(1), Hlm 18.

cepat adalah *e-commerce*, yang naik sampai 72% dari \$99,8 milyar menjadi \$171,5 milyar. Pada tahun 2002, di atas satu triliun dolar pendapatan dihasilkan dari internet. Satu alasan bagi pesatnya perkembangan teknologi tersebut adalah adanya perkembangan jaringan, protokol, perangkat lunak, dan spesifikasi. Alasan lain adalah meningkatnya persaingan dan berbagai tekanan bisnis.²¹

2. Definisi *E-Commerce*

Electronic commerce (e-commerce), dalam bahasa Indonesia dapat diartikan perdagangan elektronik, adalah proses jual beli barang atau jasa yang dilakukan secara *online* melalui internet. Ini melibatkan transaksi elektronik seperti pembelian, penjualan, pembayaran, dan pengiriman barang atau jasa tanpa melibatkan pertukaran fisik langsung antara penjual dan pembeli. Menurut Laudon *e-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. *E-commerce* berguna dalam mengurangi biaya administrasi dan waktu siklus proses bisnis, dan meningkatkan hubungan dengan kedua mitra bisnis dan pelanggan.²² *E-commerce* merujuk secara umum kepada semua bentuk transaksi yang berkaitan dengan aktivitas komersial, baik organisasi maupun individual yang berdasarkan proses

²¹ M, Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, (Yogyakarta: ANDI, 2003), Hlm 10.

²² Pradana, M, (2015), *Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di Indonesia*, *Neo-Bis*, 9(2), Hlm 33.

dari transaksi data yang digitalisasikan, termasuk teks, suara, dan gambar.²³

3. Jenis-jenis *E-commerce*

E-commerce dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya yaitu:²⁴

- 1) *Business to Business* (B2B), *Business to Business* memiliki karakteristik:
 - a. *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Informasi yang dimiliki hanya ditukar dengan partner tersebut.
 - b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
 - c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
 - d. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, di mana *processing intelligence* dapat didistribusikan dikedua pelaku bisnis.
- 2) *Business to Consumer* (B2C), *Business to Consumer* memiliki karakteristik.²⁵

²³ Capella E-Commerce, *Pengantar Elektronik Commerce*, (PT, Capella Sumber Internet), www.capella.co.id, (Di akses pada 20 september 2024).

²⁴ Aco, A, & Endang, H, (2017), *Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*, 2(1), Hlm 4.

²⁵ *Ibid*

- a. Terbuka untuk umum di mana informasi disebarkan secara umum pula dan dapat diakses secara bebas
 - b. Servis yang digunakan bersifat umum sehingga dapat digunakan oleh orang banyak. Sebagai contoh karena sistem web sudah umum digunakan maka *service* diberikan dengan berbasis web.
 - c. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan. Produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permintaan konsumen.
 - d. Sering dilakukan *system* pendekatan *client-server*.
- 3) *Consumer to Consumer* (C2C) Dalam C2C seorang konsumen dapat menjual secara langsung barangnya kepada konsumen lainnya, atau bisa disebut juga orang yang menjual produk dan jasa kesatu sama lain. Contohnya adalah Ketika ada perorangan yang melakukan penjualan dan menjual properti rumah hunian, mobil, dan sebagainya. Mengiklankan jasa pribadi di internet serta menjual pengetahuan dan keahlian merupakan contoh lain C2C. Sejumlah situs pelelangan memungkinkan perorangan untuk memasukkan item-item agar disertakan dalam pelelangan.²⁶
- 4) *Costumer to Busines* (B2C) *Customer to Busines* adalah model bisnis di mana konsumen (individu) menciptakan nilai, dan

²⁶ *Ibid*

perusahaan mengkonsumsi nilai ini. Sebagai contoh, ketika konsumen menulis *review*, atau Ketika konsumen memberikan ide yang berguna untuk pengembangan produk baru, maka individu ini adalah yang menciptakan nilai bagi perusahaan, jika perusahaan tersebut mengadopsi inputnya. Sebagai contoh, merupakan situs yang memungkinkan seseorang menjual barang kepada perusahaan. Dalam hal ini, internet dapat digunakan sebagai sarana negosiasi.²⁷

4. Kelebihan dan Kekurangan *E-Commerce*

1) Kelebihan *e-commerce*

Kelebihan *e-commerce* dari segi manfaat bagi penjual di antaranya sebagai berikut:²⁸

- a. *E-commerce* memperluas wilayah pasar, tidak hanya ke pasar nasional tetapi juga internasional.
- b. *E-commerce* menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi menggunakan kertas.
- c. *E-commerce* mengurangi waktu antara pengeluaran (*outlay*) modal dan penerimaan produk dan jasa.
- d. Keuntungan lain meliputi, layanan konsumen dan citra perusahaan menjadi lebih baik, menemukan partner bisnis baru, proses menjadi sederhana, waktu bisa dipadatkan,

²⁷ *Ibid*

²⁸ M, Suyanto, *Op,Cit*, Hlm 49-52.

produktivitas meningkat, kertas bisa dihindari (*paperless*), akses informasi menjadi cepat, biaya transportasi berkurang, dan fleksibilitas bertambah.

Kelebihan *e-commerce* dari segi manfaat bagi pembeli di antaranya sebagai berikut:²⁹

- a. Efektif, yaitu di mana konsumen dapat memperoleh tentang produk atau jasa yang dibutuhkannya dan berinteraksi dengan cara yang cepat dan murah.
- b. Aman secara fisik, yaitu di mana konsumen tidak perlu mendatangi toko secara langsung dan ini mungkin konsumen dapat bertransaksi dengan aman, sebab daerah daerah tertentu mungkin sangat berbahaya jika berkendara dan membawa uang tunai dalam jumlah besar.
- c. Fleksibel, yaitu di mana konsumen dapat melakukan transaksi dari berbagai lokasi, baik dari rumah, kantor, warnet atau tempat lainnya.

Kelebihan *e-commerce* dari segi manfaat bagi masyarakat antaranya sebagai berikut:³⁰

- a. *E-commerce* memungkinkan orang untuk bekerja di dalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini

²⁹ Artheswara, L. C., & Sulistiawati, A. (2020). Tingkat penggunaan e-commerce pada remaja di kota dan kabupaten bogor. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 4(4), 437-448.

³⁰ *Ibid*

berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.

- b. *E-commerce* memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah, sehingga orang yang kurang mampu bisa membeli lebih banyak pada gilirannya akan meningkatkan taraf hidup mereka.
- c. *E-commerce* memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa ecommerce. Ini juga termasuk peluang untuk belajar berprofesi serta mendapatkan gelar akademik.
- d. *E-commerce* memfasilitasi layanan publik, seperti perawatan kesehatan, pendidikan, dan pemerataan layanan sosial yang dilaksanakan pemerintah dengan biaya yang lebih rendah, dan atau dengan kualitas yang lebih baik.

2) Kelemahan *E-Commerce*

Kelemahan-kelemahan *e-commerce* dapat dikelompokkan menjadi kategori teknis dan nonteknis. Kelemahan dari *e-commerce* itu sendiri meliputi:³¹

- a. Ada kekurangan sistem keamanan, kehandalan, standar, dan beberapa protokol komunikasi.

³¹ *Ibid*

- b. Meningkatkan individualisme, dengan adanya ini seseorang dapat berinteraksi tanpa bantuan orang lain.
- c. Tekadang menimbulkan kekecewaan, dalam hal ini apa yang dilihat di layar monitor komputer kadang berbeda dengan apa yang dilihat secara kasat mata.
- d. Tidak manusiawi, dalam hal ini tidak dapat secara dekat bersosialisasi dengan orang lain, misalnya: tidak dapat berjabat tangan. Bersama dengan waktu, kelemahan ini akan berkurang atau teratasi, rencana yang tepat akan dapat meminimalisir pengaruhnya.

B. Hukum Persaingan Usaha Indonesia

Secara umum dapat dikatakan bahwa hukum persaingan usaha adalah hukum yang mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha. Menurut Arie Siswanto dalam bukunya yang berjudul “Hukum Persaingan Usaha”, yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha adalah instrument hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan. Hukum persaingan juga harus memperhatikan cara mengatur persaingan sedemikian rupa. Sehingga tidak menjadi sarana untuk mendapatkan monopoli. Beranjak dari pengertian di atas maka menurut penulis yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha adalah seperangkat aturan hukum yang mengatur mengenai segala aspek yang berkaitan dengan persaingan usaha, yang

mencangkup hal-hal yang boleh dilakukan dengan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.³²

Menurut Arie Siswanto yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan. Hukum Persaingan Usaha ditujukan untuk mencegah perusahaan mendapatkan dan menggunakan kekuatan pasar (*market power*) untuk memaksa konsumen membayar lebih mahal untuk produk dan pelayanan yang mereka dapatkan.³³ Hal ini menunjukkan bahwa setiap kegiatan usaha yang penuh dengan persaingan memerlukan adanya aturan yang mengatur segala bentuk kegiatan usaha. Pasal 1 angka 2 Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat mengatur bahwa:

“Praktik 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.”

Berdasarkan definisi tersebut bahwa pada dasarnya dalam praktik monopoli terjadi karena adanya pemusatan kekuatan ekonomi yang pada satu atau lebih pelaku usaha yang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Terjadinya praktik monopoli tersebut juga menimbulkan kerugian bagi kepentingan umum, baik dari sisi pelaku usaha maupun dan sisi konsumen. Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat mendefinisikan persaingan usaha tidak sehat, bahwa: “Persaingan usaha tidak sehat

³² Arie Siswanto, (2002), *Hukum Persaingan Usaha*. Ghalia Indonesia, Jakarta, Hlm 26.

³³ Almi, A, A, (2023), *Green Banking dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha Bank Digital di Indonesia*, *Journal of Studia Legalia*, 4(01), Hlm 5.

adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.”³⁴

Berdasarkan definisi tersebut, persaingan usaha tidak sehat merujuk pada kondisi di mana para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi maupun pemasaran melakukan praktik-praktik yang merugikan pihak lain. Hal ini mencakup berbagai tindakan tidak jujur, manipulatif, serta bertentangan dengan hukum, yang bertujuan untuk menghambat persaingan usaha yang adil. Praktik semacam ini dapat berupa monopoli, kartel, penyalahgunaan posisi dominan, atau strategi bisnis yang merugikan konsumen dan pelaku usaha lain dalam produksi maupun pemasaran barang dan/atau jasa. Adapun asas yang melandasi pembentukan Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat pada Pasal 2, yang secara tegas mengatur bahwa:

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

Demokrasi ekonomi yang dimaksud oleh dalam Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat,

³⁴ Prasetyo, H, L, Ahmad, S, & Lutfi, A, (2024), *Pengawasan KPPU Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat di Era Digital*, *Binamulia Hukum*, 13(1), Hlm 232.

yaitu menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi di dalam proses produksi atau pemasaran barang atau jasa. Undang-Undang ini menjamin keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha maupun kepentingan masyarakat umum dalam melaksanakan kegiatan usaha.³⁵

Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat mengatur segala bentuk pelanggaran dalam kegiatan usaha yang tidak boleh dilakukan. Bentuk–bentuk pelanggaran dalam kegiatan usaha secara garis besar mencakup perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi dominan.

Dalam hukum persaingan usaha di Indonesia terdapat dua aspek penting yang perlu digaris bawahi yaitu mengenai perjanjian yang dilarang dan kegiatan yang dilarang. Adapun jenis perjanjian yang dilarang dan kegiatan yang dilarang dalam Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, antara lain sebagai berikut:

1) Perjanjian Yang Dilarang

a. Oligopoli

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) oligopoli adalah keadaan pasar dengan produsen pembekal barang hanya berjumlah sedikit, sehingga meraka atau seorang dari mereka dapat memengaruhi harga pasar atau keadaan pasar yang tidak seimbang karena dipengaruhi

³⁵ Suskendariani, N, N, T, (2019), *Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (Franchisee) Dalam Perjanjian Waralaba*, Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 2(1), Hlm 176.

oleh sejumlah pembeli.³⁶ Di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, oligopoli termasuk ke dalam suatu perjanjian yang dilarang oleh pemerintah. Hal ini tercantum pada Pasal 4 ayat (1) yang mengatur bahwa "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat".

Bahkan, di dalam pasal yang sama dan tercantum pada ayat (2) juga dijelaskan tentang produsen atau pelaku usaha yang diduga telah melakukan perjanjian oligopoli. Pasal tersebut mengatur bahwa "Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa, apabila dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% pangsa pasar atau satu jenis barang atau jasa tertentu". Pasar oligopoli memang bisa dibilang sebagai salah satu kegiatan pasar yang tidak sehat atau tidak sempurna, tetapi pada kenyataannya, pasar jenis ini persaingan suatu produk yang sama antara produsen satu dengan produsen lainnya sata ketat. Hal ini dapat terjadi karena sesama produsen saling menjaga kualitas produk agar nama atau mereknya tidak kalah dengan produsen lainnya.³⁷

³⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

³⁷ Suhargon, R, (2023), *Tinjauan Yuridis Industri Peternakan Ayam Yang Kelola Oleh Perusahaan Secara Penguasaan Pasar*, *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), Hlm 6279.

Oligopoli adalah pasar yang hanya terdiri dari beberapa penjual yang menawarkan produk yang serupa atau tidak jauh berbeda mendefinisikan oligopoli sebagai suatu bentuk struktur industri (pasar) yang didominasi oleh beberapa perusahaan. Produk dari pasar oligopoli mungkin homogen atau terspesialisasi. Sedangkan untuk perilaku masing-masing perusahaan dalam pasar oligopoli sangat tergantung pada perilaku perusahaan yang lain. Persaingan dalam pasar oligopoli hanya dilakukan oleh beberapa perusahaan. Perusahaan baru yang akan masuk akan mengalami kesulitan karena pasar telah dikuasai oleh beberapa perusahaan tersebut demikian, untuk lebih mudah dipahami maka secara sederhana pasar oligopoli dapat disimpulkan sebagai pasar yang di dalamnya hanya terdiri dari beberapa penjual yang menawarkan produk yang sama atau homogen. Contoh dari pasar oligopoli adalah pasar mobil, komputer, *handphone* dan lain-lain. Berdasarkan kondisi tersebut maka pasar oligopoli merupakan salah satu pasar persaingan tidak sempurna.³⁸

Oligopoli memiliki dampak negatif terhadap persaingan usaha di dalam suatu pasar, karena pelaku usaha dapat menyetir harga produk sesuai dengan keinginannya sendiri. Dalam perdagangan elektronik oligopoli merupakan tantangan yang harus dihadapi pada sektor ekonomi saat ini. Ekonomi digital memang memiliki kekhasan dalam sistem pemasarannya karena mampu untuk diakses lintas batas karena itu persaingan dapat terjadi secara masif yang dapat merugikan pedagang

³⁸ Rijal, S., Nurmahdi, A., Wahyunawati, S., Samsir, A., Ridwan, M. S., & Guampe, F. A, (2023), *PENGANTAR TEORI EKONOMI*. Penerbit Tahta Media, Hlm 133.

atau pelaku usaha konvensional. Perjanjian oligopoli dapat saja terjadi dalam sektor ekonomi digital khususnya dalam perdagangan elektronik karena pelaku usaha dapat mengadakan perjanjian yang dilarang dengan pelaku usaha lain untuk menguasai suatu produk tertentu

b. Integrasi Vertikal

Integrasi vertikal merupakan salah satu strategi yang biasa digunakan oleh banyak perusahaan dalam menjalankan roda usahanya. Integrasi vertikal merupakan perjanjian yang bertujuan untuk menguasai beberapa unit usaha yang termasuk dalam rangkaian produksi barang/atau jasa tertentu.³⁹ Integrasi vertikal terjadi bila pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya dengan tujuan menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan/ atau jasa tertentu baik langsung atau tidak langsung yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan dari proses sebelumnya.⁴⁰

Integrasi vertikal mampu menurunkan efek negatif dari struktur pasar monopoli yang ada pada setiap tahap produksi dan distribusi. Pengaturan hukum mengenai perjanjian integrasi vertikal di Indonesia

³⁹ Rachmadi Usman, 2013, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta, Sinar Grafika, Hlm, 314.

⁴⁰ Asril sitompul, 1999, *Praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat*, Bandung, Citra Aditya Bakti, Hlm 57.

sudah ada sejak tahun 1999 yang diatur dalam Pasal 14 Undang-Undang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, bahwa:⁴¹

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk di dalam rangkaian produksi barang dan atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan rangkaian hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam suatu rangkaian langsung maupun tidak langsung, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat”.

Masalah ini pun juga mengacu pada Pasal 19 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.⁴²

- 1) Menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan; atau
- 2) Menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu; atau
- 3) Membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan; atau
- 4) Melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

Serta Pasal 11 mengenai kartel yang mengatur

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Peraturan KPPU 5/2010 memberikan pedoman mengenai integrasi vertikal yang dilarang adalah berupa:

⁴¹ Windha, W., & Andriati, S. L. (2023). *Studi Terhadap Dampak Perjanjian Integrasi Vertikal Pada Industri Farmasi Ditinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha*. *Jurnal Sains Farmasi & Klinis*, 10(2), Hlm 227.

⁴² Zuhry, A, (2018), *Analisis Perjanjian Integrasi Vertikal Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, *Lex Et Societatis*, 6(1), Hlm 5.

1. integrasi vertikal yang menutup akses terhadap pasokan bahan baku penting (hulu); atau
2. integrasi vertikal yang menutup akses terhadap pembeli utama (hilir); atau
3. integrasi vertikal yang digunakan sebagai sarana koordinasi kolusi.

2) Kegiatan yang dilarang

a. Monopoli

Pasal 17 Undang-Undang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat ayat (1) “Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”. (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) apabila:⁴³

- a. Barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substansinya; atau
- b. Mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau

⁴³ Lubis, D, (2023), *Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terkait Penguasaan atas Jasa Operator Kargo dan Pos (Studi Putusan Mahkamah Agung RI Nomor 208 K/Pdt-Sus-KPPU/2018)*, *Jurnal Ilmiah METADATA*, 5(2), Hlm 85.

- c. Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (Lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Pelanggaran 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.⁴⁴ Persaingan di pasar digital utama seperti model bisnis berbasis *platform*, pasar *multi-sided*, *network effect* yang membuat masalah persaingan usaha menjadi semakin kompleks berbeda dari persaingan di pasar yang lebih tradisional. Banyaknya pelaku usaha dalam sektor pasar digital tentu membuat persaingan semakin kompetitif, monopoli dalam sektor ekonomi digital tentu dapat saja terjadi mengingat perdagangan elektronik yang bersifat *platform* yang dapat menggunakan algoritma yang dapat menguasai produksi suatu barang tertentu dalam pasar digital. Praktik monopoli dengan algoritma tersebut bertujuan untuk mengendalikan atau mendominasi pasar dengan cara membaca perilaku dan traffic konsumen. Hal ini menjadi isu penting dalam era digital, sebab algoritma memiliki peran dalam kecenderungan konsumen untuk menentukan barang yang akan dipilih.

b. Penguasaan Pasar

Penguasaan pasar sendiri memiliki makna yang dapat diartikan pelaku usaha yang melakukan penguasaan di pasar dengan tujuan untuk

⁴⁴ Halidi, A. R. (2023). *Praktek Monopoli Pelaku Usaha Di Era Digital Pada Produk Internet (Studi Kasus Perusahaan Google Di Indonesia)*. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), Hlm 2250.

memperoleh keuntungan dan pelaku usaha kadang kala melakukannya dengan tindakan-tindakan yang bertentangan dengan hukum.⁴⁵ Akibat dari perlakuan pelaku usaha yang melakukan penguasaan pasar antara lain dapat menimbulkan potensi pelaku usaha pesaing yang tersingkir dari suatu pasar bersangkutan. Bagi pelaku usaha kecil, perannya dapat tereduksi di dalam pasar bersangkutan tersebut. Dapat juga menimbulkan adanya pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha yang dapat bertindak secara semena-mena. Berpotensinya terjadi hambatan untuk masuk atau mengembangkan suatu pasar pada pasar bersangkutan tersebut. Potensi akan berkurangnya persaingan usaha secara sehat pada pasar bersangkutan tersebut. Serta pilihan konsumen yang dapat tereduksi di suatu pasar bersangkutan.⁴⁶

Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa Pasal 19 Undang-Undang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat:

- a. Menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan;
- b. atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan

⁴⁵ Siregar, I, P, *Op, Cit*, Hlm 5.

⁴⁶ Ranessa Maharani Alkemsy, (2021), "*Karakteristik Penguasaan Pasar Perusahaan Transportasi Online*", *Alkemsy, Jurist Diction*, 4(6), Hlm 2450.

atau persaingan usaha tidak sehat membatasi peredaran dan
atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan;
atau.

Perkembangan sektor *e-commerce* dan *platform* digital lainnya di Indonesia dibarengi dengan tantangan berupa munculnya potensi persaingan usaha yang tidak sehat yang mungkin timbul akibat adanya penetrasi pasar yang sangat tinggi. Perusahaan yang menjalankan bisnis pada *platform online* umumnya melakukan kegiatan usaha yang beroperasi didua (atau multi) sisi pasar. Perusahaan tersebut menggunakan internet untuk memungkinkan interaksi antara dua atau lebih kelompok pengguna yang berbeda tetapi saling tergantung sehingga menghasilkan nilai untuk setidaknya bagi satu anggota kelompok.

Platform melibatkan layanan dan aktivitas seperti pasar, jejaring sosial, mesin pencari, sistem pembayaran, dan berbagi video.⁴⁷ Selain itu memberikan manfaat bagi para pelaku usaha dan konsumen, adanya pasar digital juga memiliki dampak kepada pelaku usaha kecil yang tidak atau belum mampu untuk bersaing dengan pelaku usaha dengan kapasitas yang lebih besar. Sehingga dengan adanya kesenjangan antar pelaku usaha tersebut, kemungkinan penguasaan pasar dalam bentuk monopoli dapat saja terjadi, mengingat peran algoritma dalam perdagangan elektronik memiliki peran yang sangat berpengaruh terhadap jumlah produk yang akan terjual.

⁴⁷ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, “*Penelitian Pelaku Usaha Dan Struktur Pasar Pada Sektor Ekonomi Digital*”, 2022, hal 4.

3. Posisi Dominan

a. Posisi Dominan

Hukum persaingan usaha sebagaimana mengatur dalam Pasal 25 Undang-Undang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, melarang adanya penyalahgunaan posisi dominan. Meninjau dari sudut pandang ekonomi, posisi dominan adalah posisi yang di tempati oleh pelaku ekonomi dengan pangsa pasar terbesar, sehingga pelaku usaha tersebut menjadi memiliki *market power*.⁴⁸ Posisi dominan dalam perspektif hukum diartikan sebagai suatu kondisi bagi pelaku usaha di suatu pasar bersangkutan yang tidak memiliki adanya pesaing yang berarti, atau pelaku usaha menduduki posisi puncak di pasar bersangkutan dengan ditandai adanya posisi keuangan, kemampuan untuk mengakses penawaran dan penjualan, kemampuan untuk mencocokkan penawaran dan permintaan penjualan yang lebih mumpuni dibanding pelaku usaha lainnya.

Pada dasarnya, adanya posisi dominan tidak dilarang oleh peraturan perundang-undangan maupun KPPU karena di pasar bersangkutan, untuk menjadi pelaku usaha yang lebih unggul adalah tujuan dari pelaku usaha, selama pelaku usaha dalam berkegiatan usaha melakukannya secara fair dan bagi pelaku usaha dengan karakteristik dan

⁴⁸ Nazhari, A, F, & Irkham, N, *Op,Cit*, Hlm 25.

sifat yang dominan tidak menyalahgunakan.⁴⁹ Terdapat unsur-unsur tindakan yang termasuk sebagai penyalahgunaan posisi dominan, yaitu

1. Pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk:
 - a. 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; atau
 - b. membatasi pasar dan pengembangan teknologi; atau
 - c. menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar bersangkutan
2. Pelaku usaha memiliki posisi dominan sebagaimana dimaksud ayat (1) apabila:
 - a. satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai 50% (lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu; atau
 - b. dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai 75% (tujuh puluh lima persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

b. Rangkap Jabatan

⁴⁹ Murniati, R, (2021), *Ketidaktahuan Pelaku Usaha Sebagai Alasan Keterlambatan Notifikasi Merger dan Akuisisi (Implementasi Peran KPPU dalam Penanganan Merger dan Akuisisi di Masa Pandemi Covid-19)*, Jurnal Persaingan Usaha, 1(2), Hlm 45.

Rangkap jabatan dalam konteks persaingan usaha mengacu pada situasi di mana seseorang menduduki lebih dari satu posisi atau jabatan di perusahaan yang berbeda, khususnya dalam industri yang sama atau memiliki hubungan bisnis. Situasi ini sering kali menimbulkan potensi konflik kepentingan, karena individu dengan rangkap jabatan bisa saja membuat keputusan yang menguntungkan satu perusahaan di atas kepentingan perusahaan lainnya, atau bahkan merugikan persaingan pasar.⁵⁰

rangkap jabatan juga dapat memengaruhi intensitas persaingan di pasar karena individu yang berada di posisi strategis di dua perusahaan terkait mungkin tidak mendorong kompetisi secara agresif. Kondisi ini berpotensi menciptakan monopoli terselubung atau dominasi pasar oleh segelintir perusahaan besar, yang pada akhirnya mempersempit pilihan konsumen dan menghambat peluang pelaku usaha baru untuk masuk dan bersaing di pasar yang sama.

Pasal 26 dalam Undang-Undang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat mengatur “seseorang yang menduduki jabatan sebagai direksi atau komisaris dari suatu perusahaan, pada waktu yang bersamaan dilarang merangkap menjadi direksi atau komisaris pada perusahaan lain, apabila perusahaan-perusahaan tersebut:

⁵⁰ Nurjanah, P, Gultom, E, & Afriana, A, (2021), *Tinjauan Yuridis Jabatan Rangkap Direksi BUMN (Persero) Yang Berpengaruh Terhadap Penetapan Harga Tiket Pesawat Ditinjau dari Hukum Positif Indonesia*, Jurnal Sains Sosio Humaniora, 5(2), Hlm 820.

- a. berada dalam pasar bersangkutan yang sama; atau
- b. memiliki keterkaitan yang erat dalam bidang dan atau jenis usaha; atau
- c. secara bersama dapat menguasai pangsa pasar barang dan atau jasa tertentu, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat

Dalam konteks persaingan usaha, rangkap jabatan yang tidak diawasi dengan ketat juga dapat melemahkan tata kelola perusahaan karena pengaruh individu dengan jabatan ganda dapat mengurangi transparansi dan akuntabilitas dalam pengambilan keputusan. Di sisi lain, keterbatasan regulasi yang mengatur rangkap jabatan dapat berdampak negatif pada inovasi dan efisiensi pasar, karena perusahaan yang saling terkait melalui individu yang sama mungkin cenderung tidak bersaing secara aktif, yang berujung pada terbatasnya pilihan dan inovasi bagi konsumen

C. Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Persaingan usaha yang ada di dalam pasar tentunya memiliki persaingan antar pelaku usaha, sehingga memerlukan suatu lembaga yang berperan penting menjaga keseimbangan di dalam pasar tersebut. Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur mengenai Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang termuat di dalam Pasal 1 Angka 18 yang menyatakan, “Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku

usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.⁵¹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang kemudian disebut KPPU merupakan lembaga independen yang terlepas dari kekuasaan Pemerintah dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Adapun tugas KPPU termuat di dalam Pasal 35:

- 1) Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan praktik persaingan usaha yang tidak sehat.
- 2) Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- 3) Melakukan penilaian terhadap ada atau tidaknya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- 4) Mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi.
- 5) Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

⁵¹ Hariyanti, N, R, Anggriawan, R, T, P, & Purwanto, A, M, D, C, (2023), *Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam Praktik Kartel Minyak Goreng*, *Deposisi: Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, 1(2), Hlm 170.

Dalam melaksanakan tugasnya Komisi Pengawas Persaingan Usaha juga memiliki kewenangan yang termuat di dalam Pasal 36 :⁵²

- 1) Menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- 2) Melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- 3) Melakukan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktik 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.
- 6) Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran.
- 7) Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang yang tidak bersedia memenuhi panggilan Komisi.

⁵² Muttaqin, M, & Ratnawati, E, (2023), *Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha Untuk Mencegah Praktik Monopoli di Indonesia*, *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 5(2), Hlm 1140.

- 8) Meminta keterangan dari instansi Pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang.
- 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) Memberitahukan putusan Komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- 12) Menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang.

Melalui ketentuan Pasal 36 tersebut dapat dilihat bahwa KPPU memiliki kewenangan yang komprehensif terhadap persaingan usaha yang ada di Indonesia. Pasar digital hadir sebagai bentuk kemajuan teknologi digital untuk membantu pengembangan ekonomi dari pasar konvensional. Terdapat perbedaan pasar konvensional dan pasar digital, yang akan mengubah cara pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi. *E-commerce* atau perdagangan elektronik adalah proses transaksi jual beli antara pelaku usaha dan konsumen dengan transaksi *online* menggunakan internet. Sehingga dengan adanya *e-commerce* pelaku usaha dapat berinovasi lebih untuk mempromosikan bisnisnya.

Adanya pasar digital tentunya dapat mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat menjadi semakin kompleks. Dalam peran sebagai instrumen pengawas persaingan usaha, Undang-Undang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha mempunyai dua pendekatan. Pendekatan pertama yaitu sebagai *rule of reason*, yang mengandung maksud pendekatan yang digunakan oleh KPPU dalam membuat evaluasi mengenai akibat suatu perjanjian atau kegiatan tertentu yang menimbulkan akibat sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha. Bahwa setiap perjanjian atau kegiatan tertentu sebagai prinsip yang menyatakan suatu kontrak atau tindakan tertentu bertentangan dengan hukum tanpa memberikan informasi lebih lanjut mengenai kerugian yang disebabkan oleh kontrak atau aktivitas tersebut. Kedua prinsip pendekatan tersebut akan bersingungan secara tidak langsung dalam persaingan yang dilakukan antar pelaku usaha dalam pasar digital.⁵³

Bahwa kemudian regulasi yang mengatur mengenai persaingan usaha di pasar digital ditujukan agar tercapai persaingan yang adil antar pelaku usaha. Ketentuan hukum menjadi instrumen penting dalam menjaga keseimbangan hak dan kewajiban melalui pengawasan sebuah lembaga independen. KPPU adalah lembaga negara yang memiliki kewenangan hukum untuk menegakkan hukum persaingan usaha dan berkontribusi pada pengembangan lingkungan yang mendukung kegiatan

⁵³ Rohmat, J, P, U, (2022). *Urgensi Pembentukan Undang-Undang Pasar Digital sebagai Instrumen Pengawasan Persaingan Usaha di Era Digital*. Volume, 2, 2(2) Hlm, 123.

tersebut. Adanya perkembangan di pasar digital tentu membuat persaingan usaha tidak sehat monopoli merupakan salah satu contoh persaingan usaha yang tidak sehat dalam pasar digital. KPPU dapat berkontribusi dengan menghentikan praktik monopoli yang mengarah pada persaingan usaha tidak sehat, seperti diskriminasi, eksploitasi pemasok atau *platform* lain, perjanjian eksklusif, dan lainnya. Berbagai macam persaingan perusahaan yang tidak sehat, termasuk *predatory pricing*, eksploitasi posisi dominan, dan lain-lain Monopoli digital dapat mencegah persaingan di pasar dan membatasi inovasi *platform*.⁵⁴

Praktik perdagangan di pasar digital tidak tercakup dalam Undang-Undang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha. Pengertian pelaku usaha dalam Undang-Undang tersebut masih terbatas pada orang-orang yang melakukan kegiatan usaha di dalam batas-batas negara Indonesia. Fakta bahwa pelaku usaha asing yang aktif menawarkan dan/atau memperdagangkan secara digital kepada konsumen yang berbasis di Indonesia dan memenuhi persyaratan yang dianggap memenuhi keberadaan fisik di Indonesia. Pengawasan persaingan usaha diatur dalam Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dengan pengaturan perdagangan melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Bahwa Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 hanya mendefinisikan pelaku usaha dalam negeri sebagai aktor yang melangsungkan kegiatannya

⁵⁴ *Ibid*

dalam pasar konvensional. Upaya penegakan hukum yang dilakukan KPPU terhadap pelaku usaha asing yang memberikan dampak negatif terhadap perekonomian Indonesia menjadi sulit dalam pengawasan pasar digital.

D. Landasan Teori

1. Teori Keadilan

Dalam KKBI Edisi kelima, keadilan merupakan sifat dalam bentuk perbuatan atau tindakan yang adil, sehingga untuk mencapai suatu keadilan harus dalam bentuk perbuatan sebagai ukuran yang nyata. Keadilan pada dasarnya merupakan rancangan yang tidak mutlak, sehingga pada setiap diri manusia ukuran untuk mencapai keadilan berbeda-beda, setiap individu akan menyatakan dirinya adil tetapi ukuran atas penegasan itu harus diukur dalam ruang lingkup masyarakat, rasa keadilan yang berasal dari masyarakat tertentu dalam suatu wilayah menentukan kualitas ketertiban umum yang diterapkan masyarakat tersebut.⁵⁵

Dalam skala Indonesia sebagai suatu negara, ukuran keadilan adalah Pancasila sehingga bangsa Indonesia menetapkan bahwa pelaksanaan kekuasaan negara harus mencapai keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia. Dari lima sila yang terkandung dalam Pancasila, merupakan neraca sebagai tujuan dalam hidup bersama-sama, keadilan ini merupakan kesadaran manusia terhadap dirinya sendiri, terhadap

⁵⁵ Santoso, M, A, (2014). *Hukum, Moral & Keadilan Sebuah Kajian Filsafat Hukum*, Jakarta: Kencana. Ctk. Kedua. Hlm 85.

manusia dengan manusia dan terhadap manusia dengan masyarakat, kenyataan akan ikatan antara bangsa dan negara, dan kesadaran akan hubungan manusia dengan Tuhan.⁵⁶

Secara teoritis, Plato menganggap bahwa keadilan merupakan ruang yang berada di luar kemampuan manusia biasa dan sumber ketidakadilan merupakan hasil perubahan dalam masyarakat sehingga dalam perjalanan hidupnya menetapkan secara sederhana sumber keadilannya sesuai kelas, yang dalam hal ini adalah perbedaan kelas antara negara sebagai penguasa dan individu sebagai pihak yang diperintah, sehingga secara sederhana individu dituntut untuk melayani negara.⁵⁷

Sedangkan Aristoteles membedakan ukuran hak dalam keadilan, persamaan hak harus dimuat dalam suatu wadah sehingga keadilan itu merupakan atas nama semua orang dalam suatu negara. Meskipun ada persamaan hak tetapi Aristoteles juga memberikan bagian hak sebagai keadilan sesuai dengan kualitas individu baik secara kemampuan atau prestasi yang dicapai. Secara sederhana Aristoteles membagi dua bentuk keadilan dalam ukuran hak, yaitu keadilan distributif yang merupakan keadilan yang diberikan individu sesuai dengan kualitas prestasinya, dan keadilan komutatif adalah keadilan terhadap hak yang diberikan sama rata tanpa perbedaan ukuran kualitas prestasi, secara umum disebut dengan

⁵⁶ *Ibid*, Hlm 86.

⁵⁷ Suteki, G. T., & Taufani, G, (2018), *Metodologi penelitian hukum (filsafat, teori dan praktik)*. Depok: Rajawali Pers. Hlm 98-99.

keadilan bagi setiap orang yang sama banyaknya.⁵⁸

John Rawls menjelaskan bahwa keadilan merupakan bersumber dari prinsip kebijakan secara rasional, sehingga untuk mencapai hasil keadilan maka harus mencapai kesejahteraan secara kelompok atau masyarakat, rasional menuntut keinginannya sesuai dengan apa yang berguna, sehingga dapat menghasilkan keuntungan bersih dari kepuasan manusia dalam masyarakat.⁵⁹

Persamaan sebagai ukuran dalam meletakkan dasar keadilan harus menjadi petunjuk agar setiap masyarakat mengambil keputusan yang adil dengan memperhatikan kepentingan individu, dan bertindak sesuai bagiannya tanpa harus melanggar hukum, sehingga dapat disimpulkan bahwa sepakat merupakan tanggungjawab sesuai dengan hak dan kewajiban yang ditentukan masyarakat.⁶⁰ Dalam pemahaman John Rawls keadilan terbagi menjadi dua:

- a. Keadilan secara umum merupakan keputusan moral sesuai dengan hasil yang dievaluasi dalam lingkup sosial.
- b. Keadilan merupakan bertujuan untuk mencapai keuntungan, kepuasan, dan kegunaan secara maksimal.⁶¹

2. Teori Perlindungan hukum

Setiap manusia memiliki hak untuk dilindungi termasuk dalam kehidupan bernegara. Dengan kata lain dalam lingkup sosial bernegara setiap warga negara akan mendapat perlindungan dari pemerintah

⁵⁸ Carl Joachim Friederich, (2010), *Filsafat Hukum, Presketif Historis*, Bandung: Nusa Media, Hlm 25.

⁵⁹ Rawls, J, (2011), *A Theory of Justice, terjemahan teori keadilan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. Hlm 103.

⁶⁰ *Ibid*, Hlm 21.

⁶¹ *Ibid*, Hlm 50-57.

negara. Hukum merupakan sarana untuk mewujudkannya sehingga muncul teori perlindungan hukum.

Perlindungan hukum biasa dikaitkan dengan konsep *rechtstaat* atau konsep *rule of law* karena lahirnya konsep-konsep tersebut tidak lepas dari keinginan memberikan pengakuan dan perlindungan terhadap hak asasi manusia. Konsep *rechtsstaat* muncul di abad ke-19 yang pertama kali dicetuskan oleh Julius Stahl. Pada saat yang hampir bersamaan muncul pula konsep negara hukum (*rule of Law*) yang dipelopori oleh A.V. Dicey. Menurut A.V. Dicey menguraikan adanya 3 (tiga) ciri penting negara hukum yang disebut dengan *rule of law*, yaitu:⁶²

1. Supermasi hukum, artinya tidak boleh ada kesewenang-wenangan, sehingga seseorang hanya boleh dihukum jika melanggar hukum.
2. Kedudukan yang sama di depan hukum, baik bagi rakyat biasa atau pejabat pemerintah.
3. Terjaminnya hak-hak manusia dalam Undang-Undang atau keputusan pengadilan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa jika suatu Negara mengabaikan dan melanggar hak asasi manusia dengan sengaja dan menimbulkan suatu penderitaan yang tidak mampu diatasi secara adil, maka Negara tersebut tidak dapat dikatakan sebagai suatu Negara hukum dalam arti sesungguhnya.⁶³ Satjipto Raharjo mendefinisikan perlindungan

⁶² Nuktoh Arfawie Kurdie, (2005), *Telah Kritis Teori Negara Hukum*, Yogyakarta Pustaka Pelajar, Hlm 19.

⁶³ Zulham, (2013), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, Hlm 133.

hukum adalah upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara memberikan suatu kekuasaan kepada orang tersebut untuk melakukan tindakan yang dapat memenuhi kepentingannya.⁶⁴ Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah suatu tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan kepada subyek hukum, dengan menggunakan perangkat-perangkat hukum.⁶⁵

Ridwan berpendapat bahwa pada dasarnya perlindungan hukum mengandung dua aspek yakni preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, dengan melakukan pengawasan terhadap aktivitas yang dilakukan sesuai dengan norma-norma hukum sedangkan perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa, dengan mengembalikan pada situasi sebelum terjadinya pelanggaran norma-norma hukum.⁶⁶

Menurut Fitzgerald bahwa awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran *Stoic*). Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat *universal* dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan

⁶⁴ Satjipto Raharjo, (2003), *Sisi-Sisi Lain Dari Hukum Di Indonesia*, Kompas, (selanjutnya disebut Satjipto Rahardjo I), Jakarta, Hlm 121

⁶⁵ Philipus M, Hadjon, (1987), *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, Hlm 14

⁶⁶ Ridwan HR, (2006), *Hukum Administrasi Negara*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, Hlm 292.

aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.⁶⁷

Perlindungan hukum bila dijelaskan harfiah dapat menimbulkan banyak persepsi. Perlindungan hukum bisa berarti perlindungan yang diberikan terhadap hukum agar tidak ditafsirkan berbeda dan tidak cederai oleh aparat penegak hukum dan juga bisa berarti perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap sesuatu. Perlindungan hukum dalam hal ini sesuai dengan teori interpretasi hukum bahwa interpretasi atau penafsiran merupakan salah satu metode penemuan hukum yang memberi penjelasan yang gamblang mengenai teks Undang-Undang agar ruang lingkup kaidah dapat ditetapkan sehubungan dengan peristiwa tertentu. Penafsiran oleh hakim merupakan penjelasan yang harus menuju kepada pelaksanaan yang dapat diterima oleh masyarakat mengenai peraturan hukum terhadap peristiwa konkrit. Metode interpretasi ini adalah sarana atau alat untuk mengetahui makna Undang-Undang. Pembenaannya terletak pada kegunaan untuk melaksanakan ketentuan yang konkrit dan bukan untuk kepentingan metode itu sendiri.⁶⁸

Penafsiran sebagai salah satu metode dalam penemuan hukum (*rechtsvinding*) berangkat dari pemikiran bahwa pekerjaan kehakiman memiliki karakter logikal. Interpretasi atau penafsiran oleh hakim merupakan penjelasan yang harus menuju kepada pelaksanaan yang

⁶⁷ Satjipto Raharjo, (2000), *Ilmu Hukum*, Bandung PT, Citra Aditya Bakti, (selanjutnya disebut Satjipto Rahardjo II), Hlm 53.

⁶⁸ Sudikno Mertokusumo, (2009), *Penemuan Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, Hlm 38.

dapat diterima oleh masyarakat mengenai peraturan hukum terhadap peristiwa yang konkrit. Metode interpretasi ini adalah sarana atau alat untuk mengetahui makna Undang-Undang.⁶⁹

Perlindungan hukum merupakan suatu hal yang melindungi subjek-subjek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi. Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:⁷⁰

1. Perlindungan hukum preventif, yakni perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan yang maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.
2. Perlindungan hukum represif, yakni perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

Berdasarkan penjelasan tersebut, perlindungan hukum merupakan segala upaya pemerintah untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada warganya agar hak-haknya sebagai seorang warga negara tidak dilanggar dan bagi yang melanggarnya akan dapat dikenakan sanksi sesuai peraturan yang berlaku

⁶⁹ *Ibid*, Hlm 40.

⁷⁰ Philipus M, Hadjon, *Op, Cit*, Hlm 38.

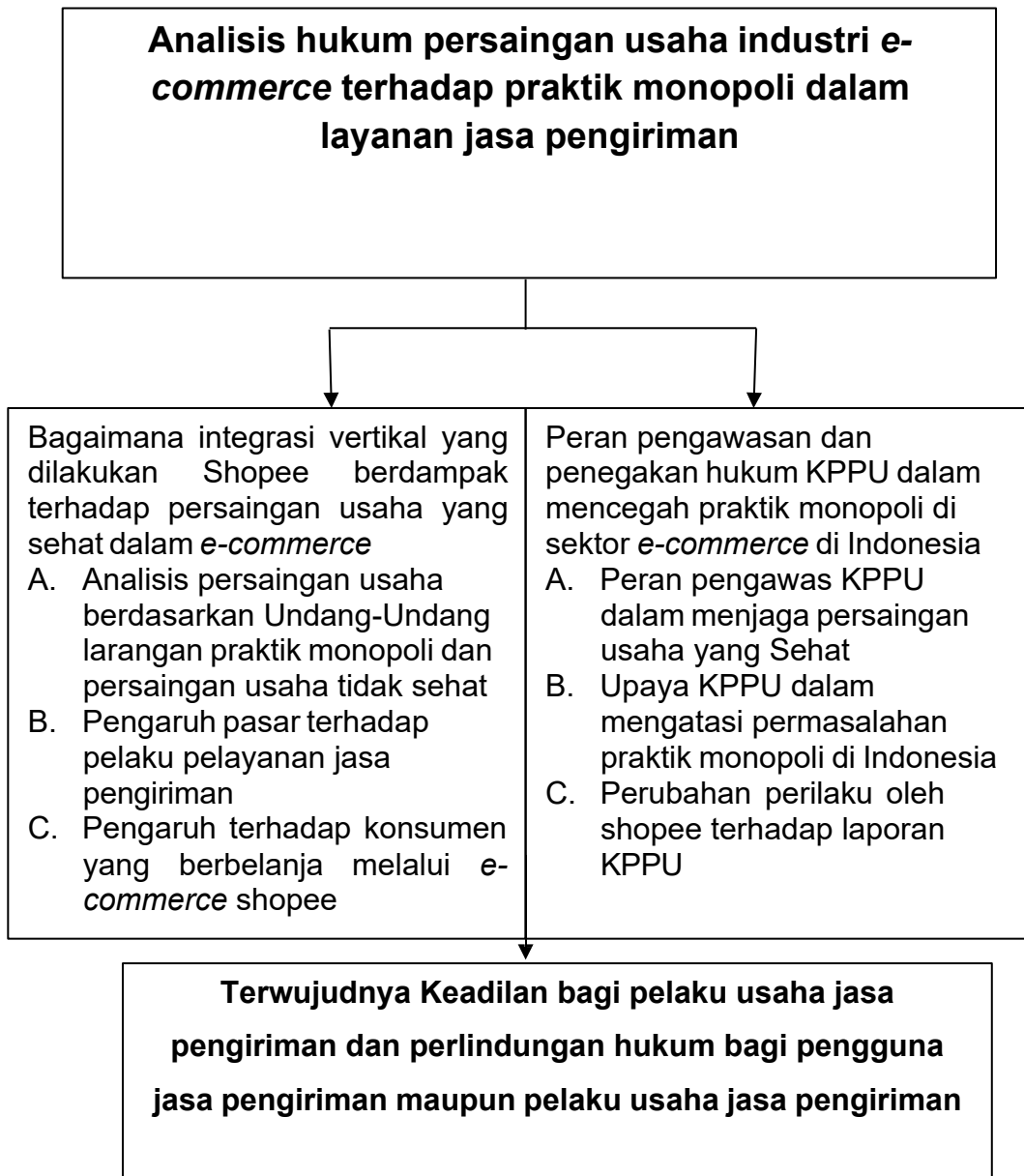
E. Alur Kerangka Pikir

Penelitian yang akan mengkaji penelitian dengan judul analisis hukum persaingan usaha industri *e-commerce* terhadap monopoli dalam layanan jasa pengiriman dalam penelitian ini berfokus pada dua variabel yakni: Dampak terjadinya integrasi vertikal Shopee berpengaruh pada persaingan usaha yang sehat dalam industri *e-commerce*, dalam variabel pertama mempunyai beberapa indikator yaitu (i) Analisis persaingan usaha berdasarkan Undang-Undang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (ii) Pengaruh pasar terhadap pelaku pelayanan jasa pengiriman, (iii) Pengaruh terhadap konsumen yang berbelanja melalui *e-commerce* shopee maka penulis harus menganalisis aturan-aturan mengenai perlindungan konsumen dan Undang-Undang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yakni Undang-Undang Republik Indonesia Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sehingga pertanyaan pada variabel pertama dapat terjawab.

Begitu pula pada variabel kedua yakni Peran pengawasan dan penegakan hukum oleh (KPPU) dalam mencegah praktik monopoli di sektor *e-commerce* di Indonesia, mempunyai indikator yakni (i) Peran pengawas KPPU dalam menjaga persaingan usaha yang Sehat (ii) Upaya KPPU dalam mengatasi permasalahan praktik monopoli di Indonesia (iii) Perubahan perilaku oleh shopee terhadap laporan KPPU di mana dalam

menjawab variabel kedua penulis harus menganalisis aturan Undang-Undang perlindungan konsumen, Undang-Undang perdagangan, Undang-Undang perdangan melalui sistem elektronik sehingga pertanyaan pada variabel kedua ini dapat terjawab. Dari kedua hubungan variabel tersebut maka tujuan yang akan dicapai adalah Terwujudnya Keadilan bagi pelaku usaha jasa pengiriman dan perlindungan hukum bagi pengguna jasa pengiriman maupun pelaku usaha jasa pengiriman.

Bagan Kerangka Pikir



F. Definisi Operasional

1. Persaingan usaha adalah proses kompetisi antara pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan, pangsa pasar, dan pelanggan dengan menawarkan produk atau layanan yang lebih baik, efisien, dan inovatif secara adil dan terbuka
2. Jasa pengiriman adalah layanan yang menyediakan pengangkutan barang dari pengirim ke penerima melalui berbagai metode transportasi, seperti darat, laut, atau udara, dengan tujuan memastikan barang sampai tepat waktu dan dalam kondisi yang aman.
3. *E-commerce* adalah aktivitas jual beli barang atau jasa secara elektronik melalui *platform* digital atau internet, yang mencakup transaksi *online*, pembayaran digital, dan layanan pengiriman.
4. Monopoli adalah situasi di mana satu perusahaan atau entitas menguasai pasar secara dominan, sehingga dapat mengendalikan harga dan pasokan barang atau jasa tanpa persaingan yang signifikan.
5. Integrasi vertikal adalah penguasaan atas serangkaian proses produksi barang tertentu dari hulu ke hilir.
6. Posisi dominan adalah keadaan di mana suatu pelaku usaha memiliki kekuatan pasar yang sangat besar, sehingga dapat mengendalikan harga atau pasokan barang dan jasa tanpa menghadapi tekanan kompetitif yang signifikan dari pesaing.

7. Konsumen adalah individu atau kelompok yang membeli atau menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, baik secara langsung maupun tidak langsung.
8. Pembatasan adalah tindakan atau kebijakan yang mengurangi atau mengendalikan akses, ruang gerak, atau kebebasan dalam melakukan suatu aktivitas atau mendapatkan suatu sumber daya.
9. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) adalah lembaga independen di Indonesia yang bertugas mengawasi pelaksanaan persaingan usaha agar berjalan sehat, adil, dan bebas dari praktik monopoli serta persaingan usaha tidak sehat.
10. Persaingan usaha yang sehat adalah kondisi di mana pelaku usaha bersaing secara adil, jujur, dan transparan untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan, berinovasi, dan memberikan nilai terbaik bagi konsumen tanpa melakukan praktik monopoli, kartel, atau tindakan yang merugikan kompetitor dan pasar secara keseluruhan.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan pedoman atau standar prosedur yang memuat rangkaian tahapan, proses, atau cara sistematis yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dengan tepat, taat asas, dan efisien serta berdasarkan urutan langkah-langkah teratur dan sistematis.⁷¹

A. Tipe dan pendekatan Penelitian

Tipe penelitian yang dilakukan menggunakan metode hukum normatif. Penelitian tersebut berbasis pada ilmu hukum normatif dalam undang-undang, perbandingan hukum, asas-asas yang berlaku maupun teori-teori yang ada terkait dengan Analisis hukum persaingan usaha industri *e-commerce* terhadap praktik monopoli dalam layanan jasa pengiriman. Penelitian dilakukan dengan membedah mekanisme dan pengaruh integrasi vertikal yang dilakukan Shopee berdampak terhadap persaingan usaha yang sehat dalam industri *e-commerce* termasuk peran pengawasan, penegakan hukum KPPU dalam mencegah praktik monopoli di sektor *e-commerce* di Indonesia.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), pendekatan Undang-Undang (*statute approach*). Pendekatan Undang-Undang dilakukan dengan menelaah semua peraturan yang terkait dengan isu hukum yang sedang ditangani,

⁷¹ Irwansyah, (2020), *Penelitian Hukum (Pilihan Metode dan Praktik Penulisan Artikel*”, Mira Buana, Yogyakarta, Hlm 50

sementara pendekatan konseptual digunakan untuk memahami konsep-konsep yang berkaitan dengan pokok masalah melalui pandangan dan doktrin hukum yang berkembang.⁷²

B. Jenis dan Sumber Bahan Hukum

Jenis bahan hukum yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum kualitatif yang bersifat bukan angka sedangkan sumber bahan hukum yang diperoleh terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder:

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang dilaksanakan peraturan perundang-undangan (pendekatan perundang-undangan/ *statue approach*) yang menjadi dasar pengaturan isu hukum yang dikemukakan, di antaranya :

- a. Undang-Undang Dasar 1945
- b. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

⁷² Peter Mahmud Marzuki, (2005), *Penelitian Hukum*, Jakarta, Kencana Praenada Media Group, hal 133.

- c. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- d. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- e. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE)
- f. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- g. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder meliputi: publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen resmi meliputi buku teks, kamus hukum, jurnal hukum, dalam penulisan ini, bahan hukum sekunder meliputi buku yang membahas mengenai hukum pembentukan peraturan perundang-undangan.

C. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode studi literatur kepustakaan yang dilakukan untuk mendapatkan bahan hukum primer maupun sekunder. Pengumpulan bahan hukum ini terlebih dahulu dengan mengklasifikasikan bahan hukum tersebut pada pokok permasalahan yang dibahas. Bahan-bahan hukum yang telah dikumpulkan tersebut

kemudian akan diolah dan dikaji secara mendalam sehingga diperoleh gambaran yang utuh mengenai persoalan hukum yang diteliti.

D. Analisis Bahan Hukum

Bahan hukum baik primer maupun sekunder akan diinventarisasi dan diidentifikasi untuk selanjutnya digunakan dalam menganalisis permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini. Bahan hukum yang diperoleh diolah dan dianalisis secara kualitatif untuk selanjutnya disajikan secara preskriptif yaitu memberikan suatu solusi jawaban terhadap isu hukum yang dikaji.

Rangkaian tahapan pengolahan dimulai dengan inventarisasi dan identifikasi terhadap sumber bahan hukum yang relevan (primer dan sekunder). Langkah berikutnya melakukan sistematisasi keseluruhan bahan hukum yang ada. Proses sistematisasi ini juga diberlakukan terhadap asas-asas hukum, teori-teori, konsep-konsep, doktrin, serta bahan rujukan lainnya.

