

**ANALISIS TANTANGAN E-COMMERCE DALAM
MENGIMPLEMENTASIKAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DI
INDONESIA**

RODIATUN ADAWIYAH

0128108804

Email : rodiatunadawiah@unprimdn.ac.id

ABSTRACT

The sophisticated E-commerce business mechanism pose a lot of threats in the business competition environment. This issues occur due to the existing business competition law are not accustomed to the fully digital based-industry. Since Indonesia is placed in the first position as a country with the most rapid development in E-commerce, KPPU (Business Competition Supervisor Commission) shall put extra awareness in supervising digital-based industry in order to prevent the so-called unhealthy business practice such as digital-monopoly, predatory pricing, lock-in, and tacit collusion that might be detrimental to the country economy development, especially small and medium enterprises (SME) conventional industry.

Keywords: unhealthy business practice; SME; KPPU; digital-based industry

ABSTRAK

Kompleksitas dalam mekanisme bisnis *E-commerce* telah menjadi suatu ancaman bagi ruang lingkup persaingan usaha. Hal ini disebabkan oleh Undang-Undang Persaingan Usaha yang sekarang tidak dapat sepenuhnya diterapkan di dalam industri berbasis digital. Mengingat Indonesia adalah negara dengan peringkat pertama sebagai negara dengan pertumbuhan *E-commerce* terbesar di dunia maka KPPU seharusnya menaruh perhatian lebih dalam mengawasi industri berbasis digital agar dapat mencegah sesuatu hal yang dinamakan persaingan usaha tidak sehat seperti *monopoli digital*, *predatory pricing*, *lock-in*, dan kolusi terselubung yang dapat membawa efek buruk bagi perekonomian Indonesia, khususnya kepada industri UMKM konvensional.

Kata kunci: persaingan usaha tidak sehat; UMKM; KPPU; industri berbasis digital

PENDAHULUAN

Perkembangan industri teknologi dan informasi yang begitu pesat di era industri 4.0 telah membantu menciptakan kemudahan di semua aspek kehidupan manusia. Salah satunya adalah penggunaan internet sebagai sarana untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Akan tetapi kemudahan dari adanya internet tidak berhenti sampai disana saja, melainkan ia juga memberikan kemudahan dalam kegiatan perekonomian seperti pemasaran barang dan jasa. Metode pelaku usaha dalam melakukan perdagangan tidak lagi hanya dengan menggunakan metode konvensional (tatap muka), tetapi juga via *online*. Hal ini mencakup mekanisme dalam bertransaksi dan juga pengirimannya. *Electronic Commerce* atau yang biasa dikenal dengan *E-commerce* adalah sebuah istilah yang diartikan sebagai segala kegiatan perdagangan di internet yang memperantarai perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam

kegiatan pemasaran barang, servis, dan informasi secara elektronik.¹

Efektivitas dan kepraktisan *E-commerce* telah mendorong peningkatan transaksi berbasis digital secara konsisten setiap tahunnya. Indonesia merupakan negara yang sangat berpotensi bagi sektor *E-commerce* yang dimana pengguna internetnya mencapai angka 39 juta jiwa dan diprediksikan sekitar 12% atau 5 juta jiwa diantaranya menggunakan internet untuk bertransaksi.² Menurut Kemkominfo, Indonesia berada di peringkat pertama sebagai negara dengan pertumbuhan *E-commerce* terbesar di dunia dengan nilai pertumbuhan sebesar 78%. Bahkan, berdasarkan prediksi Bank Indonesia (BI) selama masa pandemi covid-19 di sepanjang tahun 2020 memproyeksikan transaksi *E-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yakni sebesar Rp 429 triliun.³ Berdasarkan nilai transaksi di dalam sektor *E-commerce* yang begitu fantastis tentu saja dikontribusi oleh

¹ Universitas Pasundan, "Apa itu E-Commerce?" diakses di <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-E-commerce/> diakses pada 30 Juni pukul 15.43

² Basri Effendi, "Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha

Tidak Sehat". Syiah Kuala Law Journal. Vol.4 No.1. April 2020.

³ Fika Nur Auliya, "BI Prediksi Transaksi E-Commerce Melonjak Sampai Rp 429 Triliun Sepanjang 2020" Diakses di <https://money.kompas.com/read/2020/10/22/051200926/bi-prediksi-transaksi-E-commerce-melonjak-sampai-rp-429-triliun-sepanjang-2020> pada 30 Juni pada pukul 14.02

pertumbuhan jumlah pelaku usaha di dalamnya. Hal ini menyebabkan sengitnya kompetisi persaingan diantara pelaku usaha yang memang seyogyanya terjadi di dalam ruang lingkup ekonomi. Malahan melalui persaingan tersebut akan memacu sikap inovatif diantara sesama pelaku usaha dalam menciptakan produk yang bermutu tinggi namun dengan harga yang bersaing.

Sebenarnya adanya eksistensi kedua jenis perdagangan dari sektor yang berbeda yaitu sektor perdagangan konvensional dan *E-commerce* masing-masing memiliki pro dan kontra tersendiri seharusnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan adanya pilihan (*choice*) bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan produk yang diinginkan, namun pada kenyataannya persaingan sulit untuk dikontrol akibat pesatnya pertumbuhan sektor *E-commerce* menjadikan pelaku usaha *E-commerce* menjadi figur dominan dalam persaingan usaha. Namun begitu, persaingan yang kompetitif di antara pelaku usaha *E-commerce* ada kalanya membuka peluang untuk melakukan persaingan usaha yang tidak sehat. Perlu diketahui bahwa persaingan usaha yang tidak sehat bukanlah suatu hal baru karena setiap lingkungan yang

kompetitif tentunya pasti terdapat pihak tertentu yang melakukan tindakan yang berkaitan yang pelanggaran persaingan yang sehat. Hal ini juga didorong oleh mekanisme cara berbisnis dalam *E-commerce* dan metode pembayaran dalam ruang lingkup perdagangan yang dikenal sebagai *e-payment* sehingga menciptakan persaingan usaha yang kompleks antara sesama pelaku usaha berbasis digital maupun dengan pelaku usaha konvensional.

Sebagai sebuah sekilas ilustrasi bagaimana persaingan tidak sehat dalam ruang lingkup *E-commerce* dapat terjadi misalnya secara garis besar start-up yang terkenal di Indonesia yang umumnya telah mencapai valuasi yang disebut *start-up unicorn* dan *decacorn* sudah pasti akan memiliki kekuatan besar untuk mengendalikan *market* di Indonesia sehingga menciptakan situasi *lock in* yang dimana dapat menghambat kompetitor lain sejenisnya untuk masuk ke dalam *market*. Selain itu, dikarenakan valuasi mereka yang sedemikian besar membuat pihak start-up *unicorn* dan *decacorn* memiliki *bargaining position* yang berpotensi menciptakan hubungan kemitraan yang tidak sebanding. Tidak hanya itu, posisi dominan yang dimiliki oleh *start-up* valuasi besar dapat melakukan *digital*

monopoly, *predatory pricing*, diskriminasi, dan sebagainya sehingga topik kendala pengimplentasian hukum persaingan usaha di dalam sektor E-commerce adalah sesuatu yang layak untuk fokus utama di dalam paper ini. Salah satu contohnya adalah adanya temuan bahwa *E-commerce* melakukan praktik *predatory pricing* yang disebutkan dalam laporan Muhammad Lutfi selaku Menteri Perdagangan yang ditujukan kepada Presiden Republik Indonesia Joko Widodo sehingga ia mengeluarkan pernyataan tentang kebenciannya akan produk asing yang merusak prospek pasar UMKM khususnya produk fesyen muslim.⁴

Berdasarkan pendapat ketua umum Apindo, Haryadi Sukamdani mengatakan bahwa, “ketidakjelasan upaya pemerintah dalam mengarahkan perkembangan ekonomi digital berpotensi memunculkan persaingan tidak sehat (*unfair competition*). Kompetisi yang tidak adil tersebut, terjadi antara pelaku usaha konvensional dan perusahaan rintisan (*start-up company*) berbasis

teknologi”.⁵ Berdasarkan penyampaian Haryadi Sukamdani dapat dikaji bahwa persaingan usaha di Indonesia memang telah diatur dalam UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larang Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan diawasi oleh sebuah lembaga penunjang independen (*state auxilliary organ*) yang disebut dengan Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Walaupun begitu, hal yang perlu diketahui adalah penelaahan persaingan usaha dalam *E-commerce* tidak sesederhana penelaahan dalam bisnis konvensional sebab mereka memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi struktur, perilaku, dan kinerja sektor pasar yaitu :⁶

1. melibatkan platform sebagai *intermediary* (mediator) berbagai sisi pasar ,
2. fenomena *network effect* (nilai suatu barang semakin tinggi seiring dengan bertambahnya pembeli/pengguna)
3. mampu menciptakan *Market Contestability* (pasar persaingan yang sempurna

⁴ Gautama Mediatama,” *KPPU Ungkap Potensi Pelanggaran Persaingan Usaha E-Commerce*”, diakses di <https://nasional.kontan.co.id/news/kppu-ungkap-potensi-pelanggaran-persaingan-usaha-E-commerce> pada tanggal 19 Juni 2021 pukul 14.41

⁵ “*Ekonomi Digital Dianggap Munculkan Persaingan Tak Sehat*” diakses di

<https://www.neraca.co.id/article/93734/ekonomi-digital-dianggap-munculkan-persaingan-tak-sehat> pada tanggal 19 Juni 2021 pukul 16.04

⁶ KPPU. “*Ringkasan Eksekutif: Penelitian Perilaku Pelaku Usaha Di Sektor E-commerce di Indonesia*”

yang dimana pelaku usaha dapat keluar masuk dalam market dengan *sunk cost* yang rendah)

yang dimana perlunya spesifikasi dalam undang-undang untuk menutup celah hukum yang dapat merugikan pelaku usaha maupun masyarakat di dalam lingkungan persaingan usaha. Maka dari itu, berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan di atas yang akan dibahas lebih rinci dalam jurnal ini antara lain adalah:

- a) Apa yang menjadi kendala dalam mengimplementasikan hukum persaingan usaha dalam sektor E-commerce?
- b) Apa peranan KPPU dalam penegakan hukum persaingan usaha dalam bidang usaha E-commerce di Indonesia?

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian jurnal ini adalah metode yuridis normatif yakni penelitian yang dilakukan melalui analisa norma-norma hukum yang terdapat pada peraturan perundang-undangan yang relevan dengan inti permasalahan yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah melalui studi kepustakaan yang berarti melakukan pengkajian dalam sumber bahan hukum

primer, hukum sekunder, dan sumber bahan hukum tersier. Lalu, pendekatan yang dipergunakan saat menguraikan jurnal ini adalah pendekatan kualitatif dan saat menganalisa menggunakan penalaran induktif.

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A.Kendala Mengimplementasikan Hukum Persaingan Usaha Dalam Sektor *E-commerce*

Setiap kegiatan usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Indonesia akan selalu menjadi objek pengawasan oleh KPPU dan tidak terkecuali dengan bisnis digital (*E-commerce*). Kendala yang dialami akibat eksistensi pelaku usaha *E-commerce* yaitu meningkatnya probabilitas praktek monopoli dan persaingan tidak sehat di dalam sektor terkait. Hal ini dapat terjadi karena salah satu alasannya adalah kompleksitas model bisnis dalam *E-commerce* yang dimana UU di Indonesia yang mengatur segala sesuatu tentang persaingan usaha belum menetapkan aturan yang spesifik di usaha berbasis digital ini. Sebelum membahas lebih lanjut bagaimana kendala penegakan hukum persaingan usaha dalam ruang lingkup *E-commerce* dapat terjadi, kita akan membahas lebih rinci tentang *E-*

commerce itu sendiri secara menyeluruh.

Seperti yang dibahas sebelumnya, *E-commerce* adalah segala kegiatan perdagangan di internet yang memperantarai perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam kegiatan pemasaran barang, servis, dan informasi secara elektronik.⁷ Dengan begitu, dapat rincikan bahwa terdapat beberapa elemen yang dapat dijumpai dalam bisnis *E-commerce* yaitu:⁸

- Adanya Kontrak bisnis [1] [SEP]
- Kontrak dilaksanakan dengan media elektronik [1] [SEP]
- Tidak diperlukannya kehadiran fisik dari para pihak [1] [SEP]
- Kontrak dilakukan dalam jaringan publik [1] [SEP]
- Kontrak yang terlepas dari batas yurisdiksi negara [1] [SEP]
- Mempunyai nilai ekonomi [1] [SEP]

Pengaturan mengenai *E-commerce* sendiri telah ditetapkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang ada, beberapa aturan acuannya antara lain termuat dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁹

E-commerce terdiri dari beberapa jenis yaitu:¹⁰

1. *E-commerce Business to Business* (B2B)

- ❖ transaksi elektronik yang dilakukan antara dua pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis (misalnya: produsen dengan supplier)

2. *E-commerce Business to Consumer* (B2C)

- ❖ Transaksi elektronik yang dilakukan antara

⁷ Universitas Pasundan loc.cit

⁸ Basri Effendi op.cit Hlm 24.

⁹ Ibid

¹⁰ Adis Nur Hayati, "Analisa Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor *E-commerce* di Indonesia". Jurnal Penelitian

Hukum De Jure. Vol 21. No.1, Maret 2021. Hlm.112

pelaku usaha dan konsumen

3. *E-commerce Consumer to Consumer (C2C)*

❖ Transaksi elektronik yang dilakukan antara konsumen ke konsumen

4. *E-commerce Consumer to Business (C2B)*

❖ Transaksi elektronik yang dilakukan antara konsumen terakhir sebagai penjual dan perusahaan sebagai pembeli (kebalikan dari B2B)

5. *Business-to- Administration (B2A)*

❖ Transaksi elektronik yang dilakukan antara perusahaan dan pejabat administrasi publik

6. *Consumer-to-Administration (C2A),*

❖ Transaksi elektronik yang dilakukan antara konsumen dan pejabat administrasi publik

7. *Online-to-Offline (O2O)*

❖ Jenis E-commerce yang menarik pelanggan dari jalur *online* ke *offline store*

Maka secara garis besar, keberadaan *E-commerce* dasarnya merupakan sesuatu yang positif karena mempermudah pemasaran barang, jasa, dan servis. Terlebih lagi, pihak konsumen juga dipermudah karena mereka mudah untuk mendapatkan produk yang diinginkan sehingga transaksi yang dilakukan menjadi lebih efisien dan efektif. Namun dibalik kemudahan tersebut terdapat peluang terjadinya monopoli maupun persaingan usaha tidak sehat yang disebabkan oleh lonjakan perkembangan pasar yang cukup tinggi.¹¹ Ketika membahas monopoli dalam persaingan usaha, definisi yang harus dibedakan ialah antara “monopoli” dan “praktek monopoli”. Di dalam Bab 1 (satu) Pasal 1 (satu) UU No.5 Tahun 1999, dua istilah ini secara gamblang dibedakan yakni “**monopoli** adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha”, sedangkan “**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

¹¹ Ibid. Hlm. 113

menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.”.¹² Meskipun UU no.5 Tahun 1999 mengatur tentang larangan monopoli, namun istilah monopoli tidak selamanya berkonotasi negatif karena di situasi tertentu monopoli tetap harus terjadi karena dilindungi oleh Undang-Undang yang berlaku (*statutory monopoly*) dan monopoli yang tidak terelakkan karena alasan efisiensi (*natural monopoly*).¹³ Oleh karena itu, monopoli yang tidak diperkenankan adalah praktek monopoli dan segala macam perbuatan yang mengarah ke praktek monopoli.

Praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang terjadi di dalam ruang lingkup *E-commerce* dapat diilustrasikan sebagai berikut:¹⁴

1. Terdapat peluang terjadinya *digital monopoly* yang dimana dapat menghambat persaingan dan inovasi platform digital. Seperti yang dibahas sebelumnya, pelaku usaha *E-commerce* valuasi besar tentu memiliki kekuatan untuk mengontrol pasar dan konsumen dengan melakukan *entry barrier* (hambatan masuk) terhadap *start-up* kompetitornya. Monopoli digital juga dapat terjadi dengan memonopoli pasar

lain, dimana para pelaku usaha *start-up* mengembangkan bisnisnya dengan mengintegrasikan beberapa platform. Dengan demikian *start-up* tersebut menjadi dominan dan mampu mengontrol pelaku usaha *start-up* lain.

2. *Start-up* valuasi besar dapat melakukan *lock-in*. Hal itu dilakukan dengan menciptakan beberapa platform yang memberikan keuntungan bagi provider, tetapi pada saat yang sama menciptakan *lock-in* bagi konsumen. Jika konsumen melakukan pemindahan platform ke provider lain, akan dikenakan biaya perpindahan yang menyebabkan terhalangnya hak konsumen untuk memilih dan berpindah ke platform lain. Hal ini tentu bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dan pelaku usaha agar terciptanya dunia usaha yang kondusif dan hak konsumen mendapatkan produk sesuai dengan keinginannya.

3. Potensi terjadinya *predatory pricing* yang dilakukan oleh *start-up* valuasi besar terhadap barang/jasa yang ditawarkan ke pasar. Logikanya

¹² Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Praktek Usaha Tidak Sehat

¹³ Basri Effendi. Op.cit. Hlm.26

¹⁴ Adis Nur Hayati op.cit. Hlm.114

adalah hanya provider yang besar yang mampu melakukan predatory pricing dan sanggup menahan kerugian selama melakukan strategi *predatory pricing*. Potensi ini timbul oleh karena perusahaan memiliki *data centric* yang membuatnya dapat mengontrol data penggunaannya. Keadaan tersebut kemungkinan akan menyebabkan kelumpuhan atau musnahnya usaha konvensional maupun UMKM. Perlu diperhatikan bahwa predatory pricing sendiri adalah bentuk strategi pelaku usaha yang menjual produk dengan harga dibawah biaya produksi (*average cost* atau *marginal cost*). Hal ini berarti di awal *predatory pricing*, start-up tersebut akan menelan kerugian agar dapat menyingkirkan kompetitornya, setelah tujuan mereka tercapai dan berhasil memonopoli pasar, mereka akan kembali menaikkan harga untuk menutupi kerugian yang mereka alami saat mereka menetapkan strategi *predatory pricing*.

4. Keempat, perusahaan dapat berperan ganda sebagai penyedia *platform* dan pengguna *platform* yang dapat

menyebabkan integrasi vertikal. Hal ini dapat meningkatkan potensi munculnya *tacit collusion* (kolusi diam-diam) karena start-up dapat mengatur algoritma di dalam platform digital mereka untuk mempengaruhi harga. Kolusi terselubung sejenis ini merupakan bentuk persaingan usaha tidak sehat yang sulit untuk terdeteksi karena berbeda dengan kartel, *tacit collusion* tidak melakukan perjanjian secara tertulis melainkan cukup memberikan indikasi penetapan kenaikan harga sehingga pelaku usaha lain akan menaikkannya juga.¹⁵

Selain dari masalah hukum persaingan usaha yang berkaitan dengan praktek monopoli, terdapat masalah lain yang sering kali menghambat penegakan UU no.5 Tahun 1999 yaitu masalah teritorial atau yang disebut dengan prinsip ekstrateritorialitas. Mengacu pada UU no.5 Tahun 1999 huruf (e) menyatakan "Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan

¹⁵ Aldo Maulana Randa," Analisis Penegakan Hukum Persaingan Usaha Yang Dilakukan Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Ditinjau Dari Perbandingan Dengan Kewenangan Penegakan Hukum Persaingan

Usaha Yang Dilakukan Oleh Federal Trade Commission Di Amerika Serikat ", Fakultas Hukum Universitas Indonesia. 2015

badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.” Dengan kata lain, UU tersebut hanya dapat diterapkan kepada pelaku usaha yang berdomisili dan melakukan kegiatan usaha di Indonesia. Padahal kenyataannya sektor *E-commerce* merupakan sektor yang berbasis digital dan kegiatan usahanya pun termasuk dalam skala antar lintas negara.

B.PERANAN KPPU DALAM SEKTOR *E-COMMERCE* DI INDONESIA

Berbicara tentang peranan KPPU dalam sektor *E-commerce*, lembaga ini memiliki wewenang untuk melakukan pengawasan atas adanya indikasi pelanggaran persaingan usaha dengan tujuan untuk mencegah praktek monopoli dan diskriminasi. Selain itu, ia juga berwenang untuk mengawasi adanya eksploitasi dari *start-up* ke konsumen maupun eksploitasi kepada sesama *start-up*. Hal lain yang dapat dilakukan KPPU adalah pengawasan terhadap adanya aktivitas *predatory*

pricing yang dapat terjadi, salah satunya ketika platform atau penjual menjual produk dengan harga yang sangat rendah.¹⁶

Tentu saja, ketika KPPU melaksanakan kewajibannya sebagai lembaga penegakan hukum anti persaingan usaha terdapat berberapa kasus yang terindikasi pelaku usaha *E-commerce* melakukan persaingan usaha tidak sehat dalam proses investigasi maupun proses peradilan. Salah satu contohnya adalah kasus start-up transportasi *online* Grab yang diduga membuat sistem kerjasama yang diskriminasi sehingga menguntungkan salah satu mitranya. Grab bersama dengan mitranya PT Teknologi Pengangkutan Indonesia (TPI) diduga melakukan monopoli order taksi online dengan memberikan prioritas kepada mitra pengemudi yang tergabung dalam PT TPI sehingga mendapatkan kesempatan yang lebih istimewa dalam menggaet penumpang dibandingkan dengan mitra lainnya. Pada gelar sidang perkara Nomor 13/KPPU-I/2019, Grab dan TPI diduga melakukan pelanggaran Pasal 14, Pasal 15 Ayat 2 dan Pasal 19 huruf d Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan Monopoli dan Praktek Persaingan Usaha Tidak

¹⁶ Basri Effendi op.cit Hlm.30

Sehat. Oleh sebab itu, Baik Grab maupun TPI masing-masing didenda dengan total denda sebesar Rp.49 Milyar.¹⁷

KESIMPULAN

Penegakan hukum persaingan usaha di dalam sektor *E-commerce* masih belum sempurna disebabkan oleh kompleksitas mekanisme bisnis yang berlangsung di dalamnya. KPPU memang memiliki wewenang dalam mengawasi dan menindak berbagai pelaku usaha di Indonesia jika memang pelaku usaha terindikasi melakukan tindakan yang berkaitan dengan usaha tidak sehat. Namun pada kenyataannya, kompleksitas *E-commerce* membuat sulitnya pelanggaran tersebut untuk terdeteksi maupun untuk diadili. Hal ini tidak terkecuali dengan salah satu UU yang membahas terkait dengan teritori pelaku usaha yang dimana tidak dapat diaplikasikan di dalam sektor *E-commerce* yang mencakup teritori antar lintas negara.

SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan adalah lingkungan persaingan

usaha yang sehat dalam ruang lingkup *E-commerce* akan lebih baik lagi jika ada UU dikhususkan untuk industri berbasis digital. Hal ini disebabkan karena mekanisme *E-commerce* tidak bisa disamakan dengan perdagangan konvensional sehingga UU no.5 Tahun 1999 tidak bisa diterapkan secara maksimal. Salah satu kendalanya adalah perihal penetapan harga yang menggunakan algoritma yang dapat mengarah ke *tacit collusion* yang dimana merupakan sesuatu hal yang asing bagi aparat penegak hukum yang terbiasa menegakkan hukum dalam industri konvensional. Seperti yang dibahas di bagian pembahasan, perihal teritorial juga menjadi kendala dalam menegakkan hukum persaingan usaha. Dari kedua contoh tersebut membuktikan bahwa mengatur usaha *E-commerce* bukan merupakan sesuatu yang sederhana melainkan perlunya analisa dan perencanaan yang mendalam untuk memberikan solusi yang terbaik agar baik pelaku usaha *E-commerce* maupun usaha konvensional dapat melakukan persaingan usaha dengan sehat dan memacu sikap yang mengembangkan inovasi.

¹⁷ Yuni Astutik, "Runtutan Kasus Grab & TPI di KPPU" diakses di <https://www.cnbcindonesia.com/tech/2020070>

[3181036-37-170110/runutan-kasus-grab-tpi-di-kppu](https://www.cnbcindonesia.com/tech/2020070) pada tanggal 20 Juni pukul 16.41

DAFTAR PUSTAKA

- Astutik, Y. (2020, July 3). *Runutan Kasus Grab & TPI di KPPU*. tech. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200703181036-37-170110/runutan-kasus-grab-tpi-di-kppu>.
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(1).
- Ekonomi Digital Dianggap Munculkan Persaingan Tak Sehat*. Harian Ekonomi Neraca. (n.d.). <https://www.neraca.co.id/article/93734/ekonomi-digital-dianggap-munculkan-persaingan-tak-sehat>.
- Hayati, A. N. (2021). Analisa Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-commerce di indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 4(21), 109–122.
- Jatmiko, B. P. (2020, October 21). *BI Prediksi Transaksi E-Commerce Melonjak Sampai Rp 429 Triliun Sepanjang 2020*. KOMPAS.com. <https://money.kompas.com/read/2020/10/22/051200926/bi-prediksi-transaksi-e-commerce-melonjak-sampai-rp-429-triliun-sepanjang-2020>.
- KPPU, RINGKASAN EKSEKUTIF PENELITIAN PERILAKU PELAKU USAHA DI SEKTOR E- COMMERCE (2019). Jakarta.
- Mediatama, G. (2021, March 18). *KPPU ungkap potensi pelanggaran persaingan usaha e-commerce*. kontan.co.id. <https://nasional.kontan.co.id/news/kppu-ungkap-potensi-pelanggaran-persaingan-usaha-E-commerce>.
- Nimda, Author: nimda, & Author: (2021, February 17). *Apa itu E-Commerce*. Universitas Pasundan Bandung. <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/>.
- Randa, A. M. (2015). Analisis Penegakan Hukum Persaingan Usaha Yang Dilakukan Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Ditinjau Dari Perbandingan

Dengan Kewenangan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Yang Dilakukan Oleh Federal Trade Commission Di Amerika Serikat .