



Perlindungan Hukum Terhadap Persaingan Usaha yang Adil dalam Perkembangan E-Commerce di Indonesia

Legal Protection Against Fair Business Competition in the Development of E-Commerce in Indonesia

Nakzim Khalid Siddiq

Universitas Mataram

Email: nakzimkhalid@staff.unram.ac.id

Arief Rahman

Universitas Mataram

Email: ariefrahman@unram.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sektor perdagangan, khususnya melalui kehadiran e-commerce yang menciptakan ekosistem usaha baru dengan dinamika dan tantangan tersendiri. Dalam konteks ini, prinsip persaingan usaha yang sehat menjadi sangat penting untuk dijaga, guna mencegah dominasi pasar oleh segelintir pelaku usaha besar. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menjadi pijakan hukum utama dalam mengatur larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, khususnya melalui ketentuan dalam Pasal 27 dan Pasal 17. Pasal 27 mengatur larangan kepemilikan saham mayoritas pada perusahaan sejenis dalam pasar yang sama, sedangkan Pasal 17 mengatur pelarangan penguasaan pasar yang berujung pada monopoli. Kajian ini menggunakan pendekatan normatif dan konseptual untuk menelaah efektivitas pengaturan tersebut dalam menghadapi praktik anti persaingan dalam e-commerce. Penelitian ini menemukan bahwa regulasi masih berfokus pada model konvensional dan belum mengakomodasi prinsip-prinsip hukum digital, termasuk belum diadopsinya prinsip ekstrateritorialitas. Oleh karena itu, diperlukan reformulasi kebijakan dan penguatan peran KPPU untuk memastikan hukum persaingan usaha tetap relevan dan responsif terhadap dinamika ekonomi digital.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum; Perasingan Usaha; E-commerce*

Abstract

The rapid advancement of digital technology has significantly transformed commercial transactions, particularly through the emergence of e-commerce. This modern business model introduces new dynamics and legal challenges, especially in maintaining fair business competition. In Indonesia, Law Number 5 of 1999 serves as the primary legal framework for prohibiting monopolistic practices and unfair business competition. Articles 27 and 17 of the Law are essential in regulating ownership structures and market control, aiming to prevent market dominance by large enterprises. However, the current regulatory framework remains focused on conventional business models and lacks explicit provisions addressing the unique features of digital commerce. This normative and conceptual legal research aims to analyze the extent to which Indonesian competition law protects fair competition within the digital market. The findings indicate that regulatory gaps persist, especially in the absence of the extraterritoriality principle to address cross border e-commerce violations. Therefore, legal reform is necessary to enhance the responsiveness of competition law toward the realities of the digital economy. Strengthening the institutional capacity of the Indonesia Competition Commission (KPPU) is also imperative to ensure effective enforcement and policy harmonization in the digital era.

Keywords: *Legal Protection; Business Competition; E-commerce*

A. PENDAHULUAN

Sebelum adanya teknologi *internet*, pelaku usaha menggunakan pola konvensional dalam melakukan dan mendukung kegiatan usahanya. Seiring perkembangan jaman, manusia menuntut kepraktisan dalam melakukan aktivitasnya. Hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk melakukan perdagangan secara elektronik atau *e-commerce*. Saat ini, pelaku usaha lebih memilih media internet sebagai sarana untuk mendukung kegiatan usahanya. Pola pelaku usaha ini dikenal dengan istilah *e-commerce*.¹

Electronic Commerce atau disingkat dengan *e-commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, *service provider*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer, yaitu internet.² *E-commerce* merupakan model bisnis modern yang tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik dan tidak memakai tanda tangan asli).³

Persaingan yang sehat akan berdampak positif bagi pelaku usaha karena dapat menciptakan dorongan atau insentif untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, inovasi dan kualitas produk yang dihasilkan. Tentunya selain menguntungkan pelaku usaha, konsumen juga akan diuntungkan dengan persaingan usaha yang sehat yaitu harga yang lebih murah, pilihan yang lebih banyak dan kualitas produk yang lebih baik. Di sisi lain, jika terjadi persaingan usaha tidak sehat antar badan usaha, maka tidak hanya akan berdampak negatif bagi badan usaha dan konsumen, tetapi juga berdampak negatif bagi perekonomian nasional.⁴

Persaingan usaha adalah salah satu faktor penting dalam menjalankan roda perekonomian suatu negara. Persaingan usaha (persaingan) dapat mempengaruhi kebijakan yang berkaitan dengan perdagangan, industri, iklim usaha yang kondusif, kepastian dan kesempatan berusaha, efisiensi, kepentingan umum, kesejahteraan rakyat dan lain sebagainya. Para ekonom mengatakan bahwa persaingan dalam mekanisme pasar akan memacu pelaku usaha berinovasi untuk menghasilkan produk yang bervariasi dengan harga bersaing dan akan dapat menguntungkan produsen maupun konsumen. Persaingan diharapkan menempatkan alokasi sumber daya yang sesuai dengan peruntukannya dengan efisien serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁵

Potensi terjadinya persaingan usaha tidak sehat di bidang *e-commerce* pada dasarnya memang sangat mungkin untuk terjadi. Dalam hal ini bahwa perusahaan *e-commerce* (*provider*) dengan kalabesar akan memiliki kekuatan pasar sehingga dapat mengendalikan pasar dan pengguna (*lock-in*) bahkan menciptakan hambatan bagi *provider* lain untuk masuk pasar. Selain itu, perusahaan *e-commerce* dengan skala besar juga cenderung memiliki posisi tawar (*bargaining position*) yang lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaannya sehingga berpotensi menciptakan hubungan kemitraan yang tidak sebanding.⁶

Meskipun Indonesia telah mengadopsi regulasi mengenai larangan praktik monopoli dan pengaturan persaingan usaha tidak sehat, substansi pengaturannya masih berfokus pada aktivitas ekonomi konvensional berbasis fisik. Ketentuan yang ada belum secara

1 Melisa Setiawan Hotana., 2018. “*Industri E-Commerce dalam Menciptakan Pasar yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha*”, *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* 1 (1)

2 Sutan Remy Syahdeini. 2001. ” E-Commerce Tinjauan Dari Prespektif Hukum”, *Majalah Hukum Bisnis*, 12, hlm. 16.

3 Niniek Suparni. 2001. “*Masalah Cyberspace Problematika Hukum Dan Antisipasi Pengaturannya*”, Jakarta: For-tun Mandiri Karya., hlm. 33.

4 Hermansyah., 2008. *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Kencana, Jakarta. Hlm. 9-10

5 *Op. Cit.* Hlm 24

6 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 111

spesifik merespons perkembangan model bisnis berbasis digital, khususnya dalam konteks perdagangan elektronik (e-commerce). Dengan kata lain, belum terdapat norma hukum yang secara eksplisit mengatur karakteristik dan potensi permasalahan persaingan usaha dalam ekosistem digital. Hal ini menunjukkan adanya kekosongan hukum (*legal gap*) dalam menjangkau fenomena baru yang ditimbulkan oleh transformasi digital di sektor perdagangan⁷

Lebih jauh, penegakan prinsip persaingan usaha dalam ranah *e-commerce* juga dihadapkan pada tantangan yuridis yang tidak ringan. Salah satunya adalah belum diadopsinya prinsip *ekstrateritorialitas* dalam sistem hukum persaingan usaha nasional. Padahal, prinsip tersebut sangat penting untuk memungkinkan yurisdiksi hukum Indonesia menjangkau pelaku usaha asing yang melakukan praktik bisnis tidak sehat yang berdampak pada pasar domestik.⁸ Tanpa adanya pengaturan tersebut, upaya perlindungan terhadap struktur pasar nasional dari ancaman distorsi persaingan oleh entitas global menjadi kurang optimal.⁹ Dengan demikian, dibutuhkan pembaruan hukum yang tidak hanya menyesuaikan substansi normatif dengan realitas digital, tetapi juga memperluas cakupan yurisdiksi dalam menghadapi tantangan lintas batas dalam ekonomi digital.¹⁰

Dalam praktiknya, penggunaan dan pemanfaatan teknologi atau intranet oleh industri *e-commerce* memiliki jaringan global yang luas sehingga setiap orang dapat dengan mudah mengaksesnya setiap saat. Hal ini menyebabkan peningkatan jumlah transaksi perdagangan barang dan jasa yang terjadi melalui Internet, seringkali dengan peningkatan pengguna Internet. *E-commerce* memberikan akses bebas hambatan ke pasar bagi pendatang bisnis baru, karena setiap orang memiliki akses yang mudah ke media internet, sehingga menurunkan hambatan pasar (*barriers to entry*). Semakin banyak pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha maka semakin ketat persaingan pasar.

Dari artikel ini penulis ingin mengkaji secara teoritis terkait dengan Perlindungan Hukum Terhadap Persaingan Usaha yang Adil dalam Perkembangan *e-commerce* di Indonesia dan peran KPPU dalam penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia pada bidang *e-commerce*

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian normatif dimana pikirkan hukum sebagai studi tentang hukum yang menetapkan sistem norma. Sistem normatif yang dimaksud adalah tentang asas, norma, peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, kesepakatan, dan doktrin (*doktrin*).¹¹ Dalam penelitian hukum normatif,¹² bahan pustaka merupakan data primer dan dalam penelitian (ilmiah) digolongkan sebagai data sekunder. Sumber sekunder dapat berupa putusan, surat pribadi, buku harian, dan buku hingga dokumen resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah.¹³

7 Harahap, M. Yahya.. 2020. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, hlm. 145.

8 Rahman, Fadillah. 2020.. "Eksistensi Prinsip Ekstrateritorial dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha terhadap Pelaku Usaha Digital." *Jurnal Hukum IUS*, 8 (2): 321–340

9 Setiawan, D. 2022. "Urgensi Regulasi Persaingan Usaha dalam Ekonomi Digital." *Jurnal Rechtsvinding*, 11,(1): 89–102.

10 Nugroho, R. & Putri, A. 2021. "Transformasi Digital dan Tantangan Penegakan Hukum Persaingan Usaha." *Jurnal Konstitusi dan Regulasi*, 4 (3) : 210–228.

11 Mukti Fajar dan Yulianto Achmad., 2010. "*Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*", Yogyakarta: Pustaka Pelajar,, hlm. 34.

12 Bahder Johan Nasution. 2008. "*Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Bandung: Mandar Maju, hlm. 92

13 *Ibid*, hlm. 24.

Pendekatan Perundang-Undangan (*Statute Approach*).¹⁴ Suatu penelitian Normatif tentu harus menggunakan pendekatan perundang-undangan, karena yang akan diteliti adalah berbagai aturan hukum yang menjadi fokus sekaligus tema sentral suatu penelitian. Pendekatan perundang-undangan ini diperlukan untuk mengkaji dan meneliti objek penelitian.¹⁵ Pendekatan Konsep (*Conceptual Approach*) yaitu pendekatan yang dilakukan dengan mengacu pada konsep-konsep hukum, yaitu melalui pandangan para sarjana, doktrin-doktrin hukum, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Pendekatan konsep (*Conceptual Approach*) dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji konsep yang berkaitan dengan objek penelitian.¹⁶

C. PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum Terhadap Persaingan Usaha yang Adil dalam Perkembangan E-Commerce di Indonesia

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang perbuatan pelaku usaha yang bertujuan menghambat atau bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat. Salah satu tindakan yang mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat adalah tindakan pemilikan saham silang pada beberapa perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang sama di pasar bersangkutan yang mengakibatkan terciptanya posisi dominan sebagaimana tercantum dalam Pasal 27 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Kepemilikan saham silang dilarang tersebut seperti yang diatur pada Pasal 27 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yaitu :

“Pelaku usaha dilarang memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis yang melakukan kegiatan usaha dalam bidang yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, atau mendirikan beberapa perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, apabila kepemilikan tersebut mengakibatkan:

- a. satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50 % (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.
- b. dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75 % (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.”

Ketentuan dalam pasal 27 ini diartikan sebagai pengendalian, yang pada secara prinsip pasal 27 melarang pelaku usaha untuk mengendalikan lebih dari satu perusahaan dalam satu pasar dalam bidang yang sama dengan cara memiliki saham mayoritas dikedua atau lebih perusahaan yang dikendalikan tersebut. Apabila hal ini terjadi, maka secara *de jure* dianggap telah terjadi pengendalian. Pengendalian dua perusahaan juga dapat dilakukan melalui kepemilikan saham signifikan di dua perusahaan, akan tetapi secara *de facto* mampu mengendalikan keputusan manajemen perusahaan.

Untuk menentukan pelanggaran dalam pasal 27 terdapat dua perspektif. Pertama, menurut perspektif minimalis telah terjadi pelanggaran terhadap pasal 27 Undang-Undang Nomor 1999 apabila dengan bukti yang cukup terpenuhi 2 unsur penting yaitu adanya pelaku usaha yang mengendalikan atau mendirikan beberapa perusahaan dalam satu pasar bersangkutan dan pengendalian atau pendirian tersebut menghasilkan

14 Johnny Ibrahim., 2005. *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. (Malang: Banyumedia Publishing, h.45

15 Muhaimin. 2020. “*Metode Penelitian Hukum*” Mataram: Mataram University Press, , hlm 18

16 H. Hilman Hadikusumah, *Pengantar Antropologi Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004).hllm. 22

penguasaan pasar lebih dari 50 %.¹⁷ Perspektif minimalis dapat disimpulkan telah terjadi pelanggaran pada saat pelaku usaha telah mengendalikan beberapa perusahaan dalam pasar dan hal tersebut membuatnya dapat menguasai pasar lebih dari 50 %. Pendekatan yang digunakan adalah *Per se Illegal* karena dari segi rumusannya ketentuan pasal 27 tidak mencantumkan salah satu dari dua kalimat “dapat menimbulkan praktik monopoli” dan/atau “persaingan usaha tidak sehat”.¹⁸

Perspektif maksimalis berpendapat bahwa telah terjadi pelanggaran terhadap pasal 27 apabila selain terpenuhi dua unsur dalam perspektif minimalis juga terpenuhi unsur lainnya, yaitu adanya praktik usaha (*conduct*) yang menimbulkan dampak negatif terhadap persaingan. Perspektif maksimalis mengatur apabila *conduct* tersebut melakukan penyalahgunaan dalam penguasaan pasar yang akhirnya dapat mengakibatkan dampak buruk pada persaingan dalam pasar. Pendekatan yang digunakan adalah menggunakan pendekatan *rule of reason* karena tugas komisi secara umum adalah menilai ada tidak adanya dampak negatif suatu praktik usaha terhadap persaingan. Unsur-unsur dalam menentukan adanya pelanggaran dapat dilihat dalam lima unsur, yaitu:¹⁹

- a. adanya pelaku usaha
- b. memiliki saham di beberapa perusahaan
- c. menguasai pasar
- d. perilaku penguasaan posisi dominan
- e. dampak negatif terhadap persaingan

Berdasarkan Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 7 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 27 (Pemilikan Saham) Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, unsur-unsur dalam Pasal 27 tersebut tentang pemilikan saham mayoritas adalah :

1. Unsur Pelaku Usaha

Pelaku usaha, menurut ketentuan pasal 1 angka 5 dari Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

2. Unsur Saham Mayoritas

Kepemilikan saham mayoritas adalah bentuk penguasaan terhadap bagian modal perusahaan yang berakibat bahwa pemegang saham yang bersangkutan memegang kendali terhadap manajemen, penentuan arah, strategi, dan kebijakan perusahaan termasuk tapi tidak terbatas pada kebijakan pengambilan tindakan korporasi (*corporate actions*), penentuan direksi/komisaris, pelaksanaan hak veto, akses terhadap informasi sensitif (*private information*), pembagian keuntungan, penggabungan, peleburan, dan atau pengambilalihan;

3. Unsur Perusahaan

Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba, termasuk perusahaan-perusahaan yang dimiliki atau bernaung di bawah lembaga-lembaga sosial.

¹⁷ Mustafa Kamal Rokan, “*Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*”, Rajawali Pers, Jakarta, 2010. Hlm. 209

¹⁸ *Ibid.* Hal 210

¹⁹ *Ibid.* hlm 215

Sejalan dengan ketentuan Pasal 27, pengertian perusahaan meliputi segala jenis perusahaan baik yang berbadan hukum dan mengenal konsep kepemilikan saham, yaitu perseroan terbatas, maupun yang tidak berbadan hukum.

4. Unsur Pasar Bersangkutan

Pasar bersangkutan, menurut ketentuan pasal 1 angka 10 dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.

5. Unsur Mendirikan Beberapa Perusahaan

Mendirikan beberapa perusahaan berarti membentuk lebih dari satu perusahaan.

6. Unsur Pangsa Pasar

Pangsa pasar, menurut ketentuan pasal 1 angka 13 dari Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah persentase nilai jual atau beli barang atau jasa tertentu yang dikuasai oleh pelaku usaha pada pasar bersangkutan dalam tahun kalender tertentu. Pangsa pasar yang digunakan dalam menilai pemilikan saham yang dilarang, adalah apabila mengakibatkan :

- a. 1 (satu) pelaku usaha atau 1 (satu) kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50 % (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu, atau
- b. 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75 % (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Selain ketentuan dalam pasal 27, pemilikan saham yang dilarang tersebut memenuhi kualifikasi unsur-unsur dalam pasal 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang tercantum dalam Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 17 (Praktek Monopoli) Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu :

1. Pelaku usaha

Sesuai dengan Pasal 1 Angka 5 dalam Ketentuan Umum UU No. 5/1999, pelaku usaha adalah “Setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.”

2. Penguasaan

Yang dimaksudkan dengan penguasaan adalah penguasaan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan dan mengendalikan harga barang dan atau jasa di pasar.

3. Barang

Sesuai dengan Pasal 1 Angka 16 dalam Ketentuan Umum UU No.5/1999, “Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha”.

4. Jasa

Sesuai dengan Pasal 1 Angka 17 dalam Ketentuan Umum UU No.5/1999, “Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha”.

5. Praktek monopoli

Sesuai dengan Pasal 1 angka 2 dalam Ketentuan Umum UU No.5/1999, “Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang

mengakibatkan dikuasainya produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/ atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum”.

6. Persaingan usaha tidak sehat

Pasal 1 angka 6 dalam Ketentuan Umum UU No.5/1999 menyatakan bahwa: “Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antarpelaku 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”.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia telah memperluas ruang persaingan usaha, tidak hanya secara fisik, tetapi juga melalui platform digital yang bersifat lintas batas. Dalam konteks ini, pentingnya pengaturan yang menjamin persaingan usaha yang adil menjadi semakin mendesak, terutama untuk menghindari praktik monopoli dan dominasi pasar oleh pelaku usaha besar. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan instrumen hukum utama yang melarang berbagai bentuk praktik usaha yang berpotensi menghambat persaingan sehat, termasuk dalam konteks digital. Pasal 27 dan Pasal 17 dalam undang-undang tersebut menjadi dua ketentuan kunci dalam mencegah dominasi pasar melalui kepemilikan saham silang dan praktik monopoli.

Pasal 27 menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis yang melakukan kegiatan usaha pada pasar bersangkutan apabila menyebabkan penguasaan pasar lebih dari 50 % oleh satu pelaku usaha atau lebih dari 75 % oleh dua hingga tiga pelaku usaha.²⁰ Ketentuan ini mencegah terciptanya posisi dominan melalui kontrol lintas perusahaan, yang sering kali dilakukan oleh konglomerasi digital. Dalam praktiknya, platform *e-commerce* besar dapat menggunakan struktur kepemilikan silang untuk menguasai rantai distribusi barang, data pelanggan, dan sistem pembayaran-menciptakan *barriers to entry* bagi pelaku usaha baru.²¹

Penilaian terhadap pelanggaran Pasal 27 dapat dilakukan melalui dua pendekatan. Pendekatan minimalis bersifat *per se illegal*, yang menyatakan bahwa cukup dengan membuktikan kepemilikan saham mayoritas dan penguasaan pasar, pelanggaran dianggap terjadi. Sementara itu, pendekatan maksimalis menggunakan *rule of reason*, yang memerlukan bukti bahwa penguasaan tersebut digunakan untuk melakukan praktik yang merugikan persaingan.²² Dalam konteks *e-commerce*, pendekatan maksimalis menjadi penting karena bentuk dominasi pasar sering kali tersembunyi dalam sistem algoritma dan pengendalian platform.

Selain itu, Pasal 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang penguasaan pasar yang mengakibatkan harga atau pasokan tidak dikendalikan oleh mekanisme pasar. Dalam lingkungan digital, kontrol atas data, peringkat pencarian, dan akses konsumen menjadi instrumen penguasaan pasar baru. Menurut Harahap (2020), "penguasaan pasar dalam ekonomi digital tidak hanya dilihat dari jumlah barang atau jasa, tetapi dari kekuasaan terhadap informasi dan perilaku konsumen".²³

Sayangnya, Undang-Undang ini belum secara eksplisit mengatur *e-commerce* atau mengadopsi prinsip ekstrateritorialitas untuk menjangkau pelaku usaha digital asing

20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 27

21 Rahman, Fadillah. 2020. "Eksistensi Prinsip Ekstrateritorial dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha terhadap Pelaku Usaha Digital." *Jurnal Hukum IUS*, 8 (2): 321–340.

22 Setiawan, D. 2021. "Urgensi Regulasi Persaingan Usaha dalam Ekonomi Digital." *Jurnal Rechtsvinding*, 11,(1): 89–102.

23 Harahap, M. Yahya. 2020. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, hlm. 145.

yang beroperasi di Indonesia. Padahal, perusahaan global seperti Amazon atau Alibaba dapat memengaruhi struktur pasar lokal tanpa kehadiran fisik di Indonesia. Ketiadaan prinsip ini menghambat efektivitas pengawasan oleh KPPU.²⁴

Untuk itu, diperlukan pembaruan regulasi yang lebih progresif, termasuk pemutakhiran pendekatan analisis dominasi pasar dalam ranah digital, serta penguatan yurisdiksi lintas negara untuk menjaga ekosistem digital yang adil dan terbuka bagi semua pelaku usaha.

2. Peran KPPU Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Pada Bidang E-Commerce

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) adalah lembaga penegak hukum dalam bidang persaingan usaha dan status yang diberikan kepada KPPU adalah sebagai pengawas pelaksanaan UU Persaingan Usaha. KPPU adalah manifestasi implementasi daripada UU Persaingan Usaha yang mengamanatkan untuk dibentuknya suatu lembaga untuk menegakkan UU Persaingan Usaha sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 30 ayat (1) yang berbunyi: “Untuk mengawasi pelaksanaan UU ini dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang selanjutnya disebut Komisi.”

Dalam ketentuan Pasal 35 UU Nomor 5 Tahun 1999 diterangkan bahwa tugas KPPU diantaranya meliputi:

- a. melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- b. melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
- c. melakukan penilaian terhadap ada atau tidaknya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-undang ini;
- d. memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Apabila ditinjau secara komprehensif, tugas dan wewenang KPPU sebagaimana yang diatur dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tersebut pada dasarnya turut memberikan kewenangan bagi KPPU untuk mengawasi setiap kegiatan usaha, termasuk didalamnya ialah usaha dengan *platform digital*. Lebih lanjut, dalam konteks bisnis digital, KPPU sendiri telah memiliki Deputi Pencegahan yang memiliki tugas mengawasi bisnis *platform digital* dengan mengawasi terjadinya perilaku diskriminasi.²⁵

Peranan KPPU dalam penegakan hukum persaingan usaha pada sektor *e-commerce* sejatinya tidaklah hanya sebatas pada peran pengawasan, konsultasi, maupun penyelidikan atas tindakan anti persaingan usaha. Dalam hal ini, sebagaimana layaknya komisi pengawas persaingan usaha di negara lain, KPPU memiliki kewenangan dan tugas yang sangat luas, yang meliputi wilayah yudikatif, legislatif maupun eksekutif. Kewenangan yudikatif KPPU antara lain seperti kewenangan untuk melakukan

²⁴ Nugroho, R. & Putri, A. “2021. Transformasi Digital dan Tantangan Penegakan Hukum Persaingan Usaha.” *Jurnal Konstitusi dan Regulasi*, 4 (3): 210–228.

²⁵ Efendi, “Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat,” hlm.28

penyelidikan, memutus, bahkan menjauhkan hukuman administratif atas perkara-perkara yang diperiksanya.

Kewenangan legislatif yakni berkenaan dengan kewenangan KPPU yang dapat membuat peraturan-peraturan yang tidak hanya berlaku internal namun juga pengaturan eksternal yang mengikat publik. Sementara kewenangan eksekutif yakni berkaitan dengan kewenangan KPPU untuk dapat melaksanakan atau mengeksekusi ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 beserta seluruh pengaturan pelaksanaannya dalam rangka pengimplementasian hukum persaingan usaha. Berkaitan dengan kewenangan-kewenangan tersebut, dalam hal ini KPPU dapat bertindak sebagai investigator (*investigation function*), penyidik, pemeriksa penuntut (*prosecuting function*), Pemutus (*adjudication function*) maupun fungsi konsultatif (*consultative function*).²⁶

Selain berperan dalam mengawasi penyelenggaraan kegiatan *e-commerce*, KPPU juga memiliki kewenangan untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah mengenai kebijakan maupun peraturan-peraturan yang dinilai bersinggungan dengan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yang dalam hal ini khususnya ialah berkaitan dengan sektor ekonomi digital.²⁷

Pada saat yang sama, sehubungan dengan masalah prinsip yurisdiksi ekstrateritorial di atas dalam penerapan undang-undang persaingan komersial, KPPU membutuhkan penerapan prinsip ini untuk menjangkau pelaku *e-commerce* yang melakukan kegiatan anti persaingan di luar Indonesia.²⁸ Yurisdiksi ekstrateritorial hukum persaingan dagang Indonesia. Pasalnya, selama ini KPPU hanya bisa menggunakan dasar penjelas jika terjadi kegiatan usaha yang tidak sehat dan berdampak pada perekonomian Indonesia. Hal ini juga dibatasi hanya jika perusahaan yang ditunjuk sebagai anti persaingan memiliki afiliasi di Indonesia.²⁹

Lebih khusus lagi, inti dari penegakan hukum persaingan usaha ekstrateritorial itu sendiri adalah perluasan wilayah hukum sehingga hukum persaingan usaha (dalam hal ini Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan segala peraturan pelaksanaannya) juga dapat berlaku bagi para pihak atau pelaku usaha (khususnya adalah pihak atau pelaku usaha. Usaha *e-commerce* dalam artikel ini) berlokasi di negara lain, tetapi perilakunya memiliki efek anti persaingan terhadap pasar dan kondisi ekonomi di Indonesia.

D. KESIMPULAN

Perkembangan pesat *e-commerce* sebagai bagian dari transformasi ekonomi digital membawa tantangan baru dalam menjaga prinsip persaingan usaha yang sehat di Indonesia. Praktik kepemilikan silang dan dominasi pasar oleh perusahaan besar berpotensi menciptakan penguasaan pasar yang merugikan pelaku usaha kecil serta konsumen. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, khususnya Pasal 27 dan Pasal 17, sudah menjadi dasar hukum untuk mencegah praktik-praktik tersebut, namun pelaksanaannya belum sepenuhnya mampu mengatasi kompleksitas pasar digital. Ketiadaan regulasi khusus mengenai *e-commerce* dan belum diterapkannya prinsip ekstrateritorial membatasi kewenangan KPPU dalam menangani pelanggaran yang dilakukan oleh entitas asing yang berpengaruh pada pasar domestik. Oleh sebab itu, pembaruan regulasi yang

²⁶ Binoto Nadapdap. 2017. *Hukum Acara Persaingan Usaha Pasca Putusan Mahkamah Konstitusi* Jakarta: Pranadamedia Group, hlm.37

²⁷ Efendi, "Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat."

²⁸ Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, hlm.546

²⁹ KPPU, "Klinik Konsultasi," *Majalah Kompetisi Edisi 62* (Jakarta, 2018), hlm.47.

mampu menyesuaikan dengan dinamika digital serta penguatan institusi KPPU sangat diperlukan agar fungsi pengawasan, penyelidikan, keputusan, dan konsultasi dapat berjalan efektif. Keselarasan antara aturan tradisional dengan tantangan hukum di era digital menjadi kunci dalam menciptakan sistem persaingan usaha yang adil, inklusif, dan responsif terhadap perubahan global.

DAFTAR PUSTAKA

- Adis Nur Hayati, “Analisis Tantangan Dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce Di Indonesia” *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* Volume 21 Nomor 1, Maret 2021.
- Bahder Johan Nasution, “*Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Mandar Maju”, Bandung. 2008.
- Binoto Nadapdap, *Hukum Acara Persaingan Usaha Pasca Putusan Mahkamah Konstitusi* Pranadamedia Group, Jakarta, 2020.
- Budi Kagramanto Andi Fahmi Lubis, Anna Maria Tri Anggrain, Kurnia Toha, “*Hukum Persaingan Usaha*” Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), Jakarta. 2017.
- Efendi, “*Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat.*”
- Harahap, M. Yahya. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2020.
- Hermansyah, “*Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha*” Kencana, Jakarta. 2008.
- Johnny Ibrahim, *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif* Malang, Banyumedia Publishing, 2005.
- KPPU, “Klinik Konsultasi,” *Majalah Kompetisi Edisi 62*, Jakarta, 2018.
- Melisa Setiawan Hotana, “Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha”, *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* Volume I, Nomor 1 Agustus 2018.
- Muhaimin, “*Metode Penelitian Hukum*” Mataram University Press, Mataram, 2020.
- Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, “*Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*”, Pustaka Pelajar, Yogyakarta. 2010.
- Mustafa Kamal Rokan, “*Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*”, Rajawali Pers, Jakarta, 2010.
- Ninieck Suparni, “*Masalah Cyberspace Problematika Hukum Dan Antisipasi Pengaturannya*”, Jakarta, Fortun Mandiri Karya. 2001.
- Nugroho, R. & Putri, A. “Transformasi Digital dan Tantangan Penegakan Hukum Persaingan Usaha.” *Jurnal Konstitusi dan Regulasi*, Vol. 4, No. 3 (2021)
- Rahman, Fadillah. “Eksistensi Prinsip Ekstrateritorial dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha terhadap Pelaku Usaha Digital.” *Jurnal Hukum IUS*, Vol. 8, No. 2 (2020)
- Setiawan, D. “Urgensi Regulasi Persaingan Usaha dalam Ekonomi Digital.” *Jurnal Rechtsvinding*, Vol. 11, No. 1 (2021)

Sukarmi, “*Peran UU Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Meningkatkan Persaingan Usaha Di Era Afta,*” *Jurnal Persaingan Usaha* Vol.10, No. 1 2010.

Sutan Remy Syahdeini, “*E-Commerce Tinjauan Dari Prespektif Hukum*”, *Majalah Hukum Bisnis* Vol 12 2001.

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat