

Persaingan usaha di era digital: tantangan dan penegakan hukum pertumbuhan e-commerce di Indonesia

Zahrotul Ahadia

Program studi Hukum Ekonomi Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 210202110082@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

Persaingan usaha, tantangan, penegakan hukum, e-commerce

Keywords:

Business competition, challenges, law enforcement, e-commerce

ABSTRAK

Penelitian ini membahas dinamika persaingan usaha di era digital terutama dalam konteks pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Namun, pertumbuhan ini juga menyebabkan tantangan dalam persaingan usaha, termasuk antipersaingan, monopoli, akses pasar yang tidak setara. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persaingan usaha di e-commerce Indonesia, identifikasi tantangan pelaku usaha, analisis efektivitas kebijakan dan penegakan hukum guna menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengetahui dinamika

persaingan usaha era digital, khususnya terkait dengan pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Metode penelitian mencakup studi literatur dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, termasuk jurnal akademik, laporan penelitian, serta artikel berita yang relevan dengan topik persaingan usaha dan e-commerce. Dan juga menggunakan metode penelitian analisis dokumen hukum yang terkait dengan persaingan usaha dan e-commerce di Indonesia meliputi undang-undang, peraturan pemerintah, dan pedoman yang dikeluarkan oleh otoritas terkait seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Hasil penelitian menunjukkan tantangan yang dihadapi e-commerce di Indonesia seperti predatory pricing, monopoli digital, kebijakan lock-in oleh platform besar, dan integrasi vertikal oleh perusahaan. Penegakan hukum perlu disesuaikan untuk menghadapi perubahan dinamika pasar. KPPU memiliki peran penting dalam menjamin persaingan sehat dan adil.

ABSTRACT

This research discusses the dynamics of business competition in digital era, especially in the context of the growth of e-commerce in Indonesia. However, this growth also causes challenges in business competition, including anti-competition, monopoly, and unequal market access. This research aims to examine business competition in Indonesian e-commerce, identify challenges for business actors, analyze the effectiveness of policies and law enforcement to create a fair and competitive business environment. This research uses a qualitative approach to determine the dynamics of business competition in the digital era, especially in the context of the growth of e-commerce in Indonesia. The research method used includes literature studies by collecting information from various sources, including academic journals, books, research reports and news articles relevant to the topic of business competition and e-commerce. And also uses research methods to analyze various legal documents related to business competition and e-commerce in Indonesia including laws, government regulations, and guidelines issued by relevant authorities such as the Business Competition Supervisory Commission (KPPU). The research results show the challenges faced by e-commerce in Indonesia, such as digital monopoly, predatory pricing, lock-in policies by large platforms, and vertical integration by companies. Law enforcement needs to be adapted to deal with changing market dynamics. KPPU has an important role in ensuring healthy and fair competition.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pendahuluan

Kemajuan teknologi dan informasi yang tiada henti telah menghasilkan banyak sekali kemajuan di berbagai bidang aktivitas manusia. Salah satunya pada bidang perdagangan barang/ jasa. Yang mana transaksi perdagangan hanya dilakukan secara offline, dapat dilakukan juga secara online melalui internet. (Hotana, 2018) Pembayaran antar pihak yang menggunakan uang elektronik sekarang dilakukan secara langsung karena mekanisme pembayaran dan pengiriman telah berkembang dari pembayaran tidak langsung yang melibatkan penyedia layanan pihak ketiga. E-Commerce, kependekan dari Electronic Commerce, merupakan kegiatan bisnis yang melibatkan konsumen, penyedia jasa, dan pedagang perantara menggunakan jaringan komputer yang berbasis internet. E-commerce di Indonesia terus berkembang karena kemudahan dan efektivitas transaksinya. Tentu saja, tingginya volume dan nilai transaksi e-commerce ikut berkontribusi terhadap bertambahnya jumlah pemain di sektor ini. Dengan bertambahnya sejumlah pelaku usaha, kondisi persaingan usaha di pasar pun akan semakin kompetitif. Namun persaingan antara pelaku usaha sebenarnya merupakan suatu keniscayaan dalam dunia usaha dan perekonomian. Adanya persaingan mekanisme pasar akan mendorong pelaku usaha guna mengembangkan produk baru dengan harga yang kompetitif sehingga bermanfaat bagi produsen dan konsumen. Namun perlu diingat bahwa jenis persaingan usaha ini harus dilaksanakan secara wajar dan sehat agar tidak menimbulkan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat hingga pada akhirnya akan menghambat perekonomian negara.

Pertumbuhan industri digital akan membuka jalan bagi malpraktek dalam bisnis yang juga merupakan salah satu faktor penyebabnya. Pelaku bisnis digital dan konvensional dapat terlibat dalam persaingan tidak sehat ini. Pada dasarnya, persaingan bisnis yang tidak sehat mungkin terjadi di bidang e-commerce. Sebagai contoh, perusahaan ecommerce skala besar juga dikenal sebagai penyedia akan memiliki kekuatan pasar yang memungkinkan mereka untuk mengendalikan pasar dan mengunci pengguna, bahkan menghalangi penyedia lain untuk masuk. Pengaturan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Larangan Persaingan Usaha Tidak Sehat sebenarnya cukup tepat untuk dijadikan ketentuan hukum guna mengatur persaingan usaha di Indonesia. Namun karena Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 belum mengatur e-commerce secara khusus, peraturan tersebut masih terbatas pada perdagangan fisik. (Hotana, 2018).

Pembahasan

Tantangan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Era Digital dalam Sektor ECommerce di Indonesia

E-commerce jika dilihat dari sudut pandang legalitas berdasarkan persaingan bisnis, menghadirkan serangkaian tantangan yang terutama berkisar pada dua prospek utama, yaitu potensi monopoli dan persaingan perdagangan yang tidak sehat. Namun, sektor tersebut menghadapi tantangan lebih besar dalam menegakkan hukum persaingan usaha, salah satunya adalah belum adanya adopsi peraturan mengenai prinsip ekstrateritorialitas ke dalam Undang-Undang Persaingan Usaha di Indonesia. KPPU,

badan pemerintah yang menjadi kekuatan pendorong di belakang pembuatan undang-undang serupa di wilayah Indonesia seputar model e-commerce; mereka membaginya menjadi 10 (sepuluh) kategori berbeda yakni bank, iklan baris, penjualan harian, direktori, infrastruktur, logistik, market place, online retail, payment, dan travel.

Pemanfaatan e-commerce secara umum membawa manfaat baik bagi pelaku usaha maupun pelanggan. Perluasan pasar produk bisnis, biaya terkendali, efisiensi, dan keamanan arus kas adalah keuntungan besar bagi pelaku usaha. Sedangkan kemajuan-kemajuan tersebut terealisasi, pertumbuhan industri sektor ekonomi digital mempunyai tantangan tersendiri diantaranya adalah potensi praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Hal ini dapat terjadi karena penetrasian pasar sangat tinggi sehingga menghambat semua persaingan dalam pasar tertentu. Menurut Pasal 1 UU Nomor 5 tahun 1999, praktik monopoli adalah “Pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasanya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum”. Sedangkan persaingan usaha tidak sehat adalah “Persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha”.

Monopoli sebenarnya adalah istilah netral yang menunjukkan penguasaan suatu organisasi atau kelompok atas produksi atau pemasaran barang atau jasa tertentu. Kontrol seperti itu tidak selalu tidak disukai. Ada beberapa keniscayaan monopoli yang masuk dalam nuansa positif baik karena alasan efisiensi (natural monopoly) atau perlindungan hukum (statutory monopoly). Tidak semua monopoli berdampak negatif; beberapa ada karena kebutuhan atau didukung oleh peraturan.(SHIDARTA, 2013) Bentuk monopoli ini tidak dilarang. Pada dasarnya, monopoli dapat diperoleh dengan cara-cara yang adil dan tidak bertentangan dengan hukum. Praktik monopoli atau monopolisasi adalah praktik yang tidak disukai dimana perusahaan-perusahaan yang mempunyai posisi monopoli di pasar yang menyalahgunakan kekuasaan mereka di pasar tersebut.(Lubis et al., 2017) Perlu digaris bawahi di sini bahwa tujuan umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah untuk menumbuhkan persaingan yang sehat antar badan usaha (dengan mencegah praktik perdagangan tidak sehat) dan memastikan konsumen tidak di eksploitasi secara berlebihan oleh pelaku usaha tertentu.(Alya Anindita Maheswari, 2020)

Peraturan utama di Indonesia yang menangani praktik antimonopoli dan persaingan usaha tidak sehat dituangkan dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999. Ketentuan mengenai anti persaingan usaha berdasarkan Undang-undang diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yaitu larangan perjanjian, kegiatan, dan penetapan dominasi. Bentuk perjanjian dilarang diantaranya meliputi oligopoli, penetapan harga, pembagian wilayah, pemboikotan, kartel, trust, oligopsoni, integrasi vertikal, perjanjian tertutup, dan/atau perjanjian dengan pihak luar negeri. Sedangkan bentuk kegiatan yang dilarang antara lain meliputi kegiatan monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, dan persekongkolan. Adapun mengenai posisi dominan antara lain meliputi juga pengaturan terkait jabatan rangkap, ketentuan kepemilikan saham, serta ketentuan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan badan usaha. E-commerce sebagai salah satu tantangan industri digital dapat berkontribusi terhadap praktik monopoli dan persaingan usaha

tidak sehat yang terjadi pada industri tradisional. Selain itu, terdapat beberapa contoh munculnya praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat, antara lain :

Kemungkinan Monopoli Digital

Monopoli digital yang mungkin dimiliki oleh pemasok besar dengan kekuatan pasar yang lebih besar menyebabkan dominasi pasar dan menghalangi pemasok lainnya untuk masuk. Monopoli digital juga dapat mendominasi pasar lain di mana penyedia layanan mengintegrasikan berbagai platform untuk menjalankan bisnis mereka. Melalui tindakan tersebut, penyedia layanan menjadi dominan dan memiliki kekuatan untuk mengontrol penyedia lainnya. Situasi seperti ini pasti akan menghambat persaingan dan inovasi di platform digital yang relevan.

Kemampuan untuk terjadi Predatory Pricing

Hal ini dilakukan oleh pelaku usaha terhadap barang/jasa yang dijual di pasar. Kemungkinan ini karena perusahaan bersifat pada data-centric sehingga memiliki kendali atas data penggunaannya. Situasi ini dikhawatirkan berdampak terhadap kelompok ekonomi bagi perusahaan tradisional. Lebih jelasnya, predatory pricing sendiri merupakan strategi pelaku ekonomi untuk menjual produk dengan harga di bawah biaya produksinya (average cost atau marginal cost).

Potensi Implementasi Kebijakan Lock-in oleh Platform E-commerce Berskala Besar

Dalam hal ini, terdapat kekhawatiran bahwa otoritas yang bertanggung jawab atas pasar dan konsumen akan menghalangi platform e-commerce lain untuk masuk, mempengaruhi kebebasan pengguna untuk memilih platform yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Singkatnya, lock-in adalah kebijakan yang ditetapkan oleh platform untuk menghitung biaya peralihan bagi pengguna yang ingin beralih dari satu platform ke platform lainnya.

Peran Perusahaan sebagai Penyedia dan Pengguna Platform Sehingga Menyebabkan Integrasi Vertikal

Kemungkinan timbulnya kesepakatan diam-diam akibat rendahnya sebaran harga akibat pilihan produk yang sangat beragam. Selain itu, Komisi Uni Eropa telah mengidentifikasi beberapa potensi praktek anti-persaingan di bidang e-commerce, termasuk regulasi harga, pembatasan penjualan dan periklanan online, perbatasan teritorial, dan pengendalian hak eksklusif. Pada dasarnya, kemungkinan tindakan anti persaingan menunjukkan bahwa hukum persaingan ekonomi Indonesia memerlukan peraturan khusus.

Selain kemungkinan praktek monopoli dan perilaku anti persaingan, penerapan perdagangan elektronik juga menghadapi tantangan lain. Dari sudut pandang hukum persaingan usaha, salah satunya adalah tidak adanya penerapan prinsip ekstrateritorialitas dalam Pasal 5 UU 1999. (Sabrina, 2019). Menurut Pasal 1 huruf (e) UU Nomor 5 Tahun 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”*. Definisi tersebut menunjukkan bahwa pelaku

ekonomi hanya boleh berkedudukan di Indonesia atau melakukan kegiatan usaha di Indonesia. Oleh karena itu, hukum persaingan usaha di Indonesia tidak berlaku untuk perusahaan asing yang melakukan tindakan anti persaingan di luar wilayah Indonesia, meskipun tindakan tersebut berdampak pada ekonomi Indonesia. Berdasarkan Pasal 1(e) UU Nomor 5 Tahun 1999 dalam hal ini, KPPU hanya dapat menghubungi pelaku ekonomi yang melakukan tindakan anti persaingan di luar wilayah Indonesia.

Pasal 7 ayat (1) PP Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada dasarnya telah mendukung yaitu dengan mengatur bahwa *“Pelaku Usaha Luar Negeri yang secara aktif melakukan penawaran dan/atau melakukan PMSE kepada Konsumen yang berkedudukan di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang memenuhi kriteria tertentu dianggap memenuhi kehadiran secara fisik di Indonesia dan melakukan kegiatan usaha secara tetap di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia”*. Perusahaan e-commerce asing yang melaksanakan penawaran atau transaksi di Indonesia dan memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam Pasal 7 ayat (1) PP No. 80 Tahun 2019 secara efektif memenuhi peraturan tersebut. Hal ini menegaskan bahwa pelaku e-commerce asing harus mematuhi persyaratan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. Namun, jika perusahaan e-commerce asing melakukan tindakan yang tidak kompetitif di luar wilayah Indonesia dan berdampak negatif pada pasar dan ekonomi Indonesia, perusahaan tersebut akan ditindak oleh penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia. Hal ini karena prinsip ekstrateritorialitas Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak diterapkan. (Huzaini, 2017)

Peran KPPU dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha Era Digital dalam Sektor E-Commerce di Indonesia

Persaingan adalah bagian penting dari ekonomi pasar dalam dunia usaha. Akibatnya, KPPU memainkan peran penting dalam penegakan hukum di era ekonomi digital. KPPU adalah lembaga independen yang tidak dapat dipengaruhi oleh pemerintah atau pihak lain yang terlibat dalam memproses, memutus, atau melakukan penyidikan (Ahmad Sabirin, 2021). Dalam Pasal 1 angka 18 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengenai Larangan Praktek Monopoli serta Persaingan Usaha Tidak Sehat, KPPU adalah lembaga yang ditunjuk untuk mengawasi para pengusaha dalam melaksanakan usahanya untuk mencegah praktik monopoli dan kompetisi usaha yang tidak sehat. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dibuat berdasarkan hasil Keppres Nomor 75 tahun 1999. KPPU dibentuk karena dua alasan. Pertama, hukum persaingan usaha membutuhkan profesional dengan latar belakang bisnis dan/atau hukum bisnis untuk menjaga mekanisme pasar. Oleh karena itu, lembaga penegakan hukum persaingan usaha harus memiliki anggota dari bidang hukum, ekonomi, dan bisnis. Kedua, dibutuhkan lembaga khusus menangani masalah persaingan usaha. Institusi ini dapat dianggap sebagai penyelesaian sengketa alternatif selama ide penyelesaian alternatif berada di luar pengadilan (Tulung & Yusuf, 2024).

Menurut Pasal 35 UU Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, KPPU bertanggung jawab atas:

- a. Menilai tindakan dan kegiatan pelaku bisnis yang dapat menyebabkan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

- b. Menilai perjanjian yang dapat menyebabkan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
- c. Menilai apakah terdapat penyalahgunaan posisi dominan yang dapat menyebabkan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
- d. Bertindak sesuai dengan wewenang komisi.
- e. Menyusun dan pertimbangan kebijakan pemerintah tentang monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.
- f. Membuat peraturan dan publikasi yang berkaitan dengan Undang-undang .
- g. Melaporkan hasil kerja komisi secara terstruktur kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Menurut Pasal 36 UU Nomor 5 Tahun 1999 wewenang KPPU meliputi:

- a. Menerima laporan dari pelaku usaha atau masyarakat tentang dugaan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.
- b. Menyelidiki dan memeriksa potensi kegiatan usaha atau tindakan pelaku usaha yang dapat menyebabkan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
- c. Menyelidiki atau memeriksa kasus yang dilaporkan oleh masyarakat tentang potensi monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.
- d. Meminta keterangan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang kepada lembaga pemerintah yang sedang melakukan penyelidikan dan pemeriksaan.
- e. Mencari, menyelidiki, dan memeriksa dokumen, surat, atau alat bukti lainnya untuk penyelidikan atau pemeriksaan.
- f. Menentukan apakah masyarakat atau pelaku usaha lain mengalami kerugian.
- g. Memberi tahu komisi tentang keputusannya mengenai pelaku usaha yang diduga melakukan praktik monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat.
- h. Sanksi administratif kepada pelaku usaha yang telah melanggar peraturan.

Secara keseluruhan, UU Nomor 5 Tahun 1999 memberikan KPPU wewenang untuk mengawasi semua bisnis, termasuk bisnis yang menggunakan platform digital. Untuk bisnis digital, KPPU memiliki Deputi Pencegahan untuk mengawasi platform bisnis digital dan mencegah perilaku diskriminasi. KPPU sebagai otoritas persaingan usaha yang independen yang mengawasi proses bisnis dan persaingan usaha di industri e-commerce. KPPU berada di antara siklus antara penjual, platform, dan pembeli dan berfungsi untuk memenuhi persaingan antar platform. Selain mengawasi pengoperasian e-commerce, KPPU juga dapat menyarankan dan mempertimbangkan kebijakan dan peraturan yang berhubungan dengan praktik monopoli dan persaingan (Hayati, 2021).

Dalam era ekonomi digital, para pebisnis/pengusaha memanfaatkan internet untuk melakukan kegiatan bisnisnya. Adanya internet mempermudah pebisnis/pengusaha dalam mendirikan dan menjalankan bisnis mereka, dan adanya internet juga

memudahkan konsumen dalam melakukan aktivitas ekonomi. dengan berbagai keuntungan tersebut membuat masyarakat memiliki tingkat konsumtif yang tinggi. Pelaku usaha baru muncul sebagai akibat dari perilaku masyarakat yang konsumtif. Karena banyaknya usaha, potensi pelanggaran persaingan usaha meningkat. Dengan kemungkinan pelanggaran persaingan usaha yang lebih besar, KPPU harus lebih berhati-hati dan teliti dalam menangannya. Untuk menangani kondisi ini, KPPU mengoptimalkan Peraturan perundang-undangan mengenai persaingan usaha dan melakukan pengawasan yang paling efektif pada setiap kegiatan persaingan usaha. UU nomor 5 tahun 1999 tentang pelanggaran persaingan usaha yang sehat dan monopoli membahas posisi dominan dalam Pasal 25, dapat digunakan untuk pelanggaran persaingan usaha untuk bisnis yang berbasis internet atau digital. Sedangkan dalam Pasal 20 UU tersebut mengatur masalah predatory pricing.

KPPU memiliki peran penting karena menjadi perantara bagi pemerintah mengenai kondisi persaingan usaha di masyarakat dan dapat memberikan masukan kepada pemerintah untuk menerapkan peraturan persaingan usaha yang ada untuk menyelesaikan dan mengatur persaingan usaha di era digital. Apabila pemerintah belum menetapkan kebijakan baru untuk menangani masalah ini, KPPU tetap bertanggung jawab untuk mengawasi kegiatan persaingan usaha antar pengusaha dan pebisnis tersebut. Sebagai lembaga yang mengawasi kegiatan persaingan usaha, KPPU terus berinovasi menggunakan teknologi internet dalam menangani pelanggaran dalam persaingan usaha antar pelaku usaha yang menggunakan internet. Penilaian notifikasi, pengawasan mitra, penanganan kasus persaingan dalam usaha, pemeriksaan kasus keterlambatan pemberitahuan, pemeriksaan kasus kemitraan, dan sidang Majelis Komisi Kembali yang dilaksanakan merupakan kegiatan KPPU yang dapat dilakukan melalui internet.(Soesanti et al., 2024)

KPPU harus mengadopsi prinsip ekstrateritorialitas untuk menjangkau pelaku e-commerce anti-persaingan yang beroperasi di luar wilayah teritorial Indonesia. Mengingat fakta bahwa selama ini KPPU hanya dapat menggunakan landasan interpretasi jika terjadi tindakan bisnis yang merugikan ekonomi Indonesia. Hal itu juga dapat dilakukan jika perusahaan yang diduga melaksanakan tindakan anti persaingan memiliki afiliasi di Indonesia. Khususnya, aspek penting dari ekstrateritorialitas penegakan hukum untuk memperluas yurisdiksi persaingan usaha sendiri. Sehingga dalam hal hukum persaingan usaha, khususnya UU Nomor 5 Tahun 1999 dan semua peraturan yang berkaitan, dapat diterapkan juga pada pihak atau pelaku usaha e-commerce yang terdapat di negara lain jika tindakannya berdampak negatif pada pasar dan kondisi ekonomi Indonesia.

KPPU memiliki beberapa keterbatasan dalam melakukan tugasnya untuk mengawasi persaingan usaha yang tidak sehat di era digital. Hal ini dikarenakan regulasi saat ini tidak mencakup secara spesifik pasar di era digital yang pasti berbeda dengan pasar konvensional. Regulasi yang lunak menunjukkan hambatan sektor swasta dan pemerintah tidak terdeteksi. Menurut KPPU, UU No 5 Tahun 1999 tidak relevan dengan perdagangan era digital karena ketentuannya mulai dari definisi pelaku usaha yang dijelaskan tidak relevan dengan keadaan pasar era digital. Begitu juga terkait dengan prinsip ekstrateritorialitas yang belum diadopsi dalam UU No 5 tahun 1999. Prinsip ini

sangat penting bagi kinerja KPPU dalam pengawasan persaingan usaha di era digital. Namun, karena belum diadopsi, kinerja KPPU hanya dapat mengawasi persaingan di era digital dengan karakteristik pasar terbuka dan memungkinkan pihak asing untuk berpartisipasi dalam usaha di pasar digital Indonesia. Mengingat UU No 5 Tahun 1999 sudah tidak relevan pada era digital, Peraturan di luar UU Nomor 5 Tahun 1999, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (e-commerce), membantu KPPU dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya saat ini. Hingga saat ini KPPU dalam menjalankan tugasnya sering menggunakan penafsiran karena regulasi yang ada tidak spesifik mengatur persaingan usaha yang tidak sehat di era digital, oleh karena itu, UU No 5 Tahun 1999 harus segera direvisi.

Kesimpulan

E-commerce menimbulkan tantangan dalam persaingan bisnis yang sah, seperti monopoli dan persaingan tidak sehat. Karena Indonesia belum memiliki peraturan ekstrateritorialitas, hukum persaingan bisnis di sektor ini sulit diterapkan. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur praktik antimonopoli dan persaingan usaha tidak sehat di Indonesia. Monopoli digital, predatory pricing, kebijakan lock-in oleh platform besar, dan integrasi vertikal perusahaan adalah beberapa contoh munculnya praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. KPPU berperan penting dalam penegakan hukum di era ekonomi digital. KPPU sebagai otoritas persaingan usaha yang independen berfungsi sebagai wasit yang mengawasi proses bisnis dan persaingan usaha dalam industri e-commerce. Tetapi dalam melakukan tugasnya, KPPU memiliki beberapa keterbatasan untuk mengawasi persaingan usaha tidak sehat di era digital dikarenakan regulasi saat ini tidak mencakup secara spesifik pasar di era digital yang pasti berbeda dengan pasar konvensional. Menurut KPPU, UU No 5 Tahun 1999 tidak relevan dengan perdagangan era digital karena ketentuan yang dijelaskan tidak sesuai dengan keadaan pasar di era digital.

Saran

KPPU sebaiknya mempertimbangkan untuk melakukan revisi terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 agar dapat mencakup ketentuan yang lebih spesifik mengenai praktik persaingan usaha di sektor e-commerce. Hal ini penting untuk mengatasi tantangan yang muncul akibat perkembangan perdagangan digital. Selain itu, perlu adanya pengaturan mengenai prinsip ekstrateritorialitas dalam hukum persaingan usaha di Indonesia, sehingga KPPU dapat lebih efektif dalam menegakkan hukum dan menjaga persaingan yang sehat di pasar global.

Daftar Pustaka

- Ahmad Sabirin, R. H. H. (2021). Dampak Ekosistem Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Persaingan Usaha*, 2, 79. Persaingan+Usaha+di++Indonesia+serta+Optimalisasi+Peran+Komisi+Pengawas+Persaingan+Usaha+%28KPPU%29+di+Era+Ekonomi+Digital&btnG=
- Alya Anindita Maheswari. (2020). *Batasan, Wewenang Dan Keterlibatan KPPU Dalam Kasus Hukum No. 5 Persekongkolan Tender Menurut Persaingan Usaha*. 1583. <https://e-journal.unair.ac.id/JD/article/view/21967>
- Hayati, A. N. (2021). Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 118.
- Hotana, M. S. (2018). Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 1(1), 28. <https://doi.org/10.30996/jhbbc.voio.1754>
- Huzaini, M. D. P. (2017). Ekstrateritorialitas Penegakan Hukum Persaingan Usaha Sebuah Keniscayaan. <https://www.hukumonline.com/berita/a/ekstrateritorialitas-penegakan-hukum-persaingan-usaha-sebuah-keniscayaan-lt598996a0c114b/>
- Lubis, A. F., Anggraini, A. maria T., Toha, K., Kagramanto, L. B., Hawin, M., Sirait, N. N., Prananingtyas, P., Sukarmi, Maarif, S., & Silalahi, U. (2017). *Hukum Persaingan Usaha*.
- Sabrina, A. N. (2019). *Penerapan Prinsip Ekstrateritorialitas Terhadap Pengawasan Pengambilalihan Saham Dalam Hukum Persaingan Usaha (Analisis Perkara Toray Advanced Materials Korea Inc.)*. UNIVERSITAS AIRLANGGA. <https://repository.unair.ac.id/95618/>
- SHIDARTA. (2013). CATATAN SEPUTAR HUKUM PERSAINGAN USAHA. <https://business-law.binus.ac.id/2013/01/20/catatan-seputar-hukum-persaingan-usaha/>
- Soesanti, D., Widiyanti, I. D., & Sari, N. K. (2024). Tantangan KPPU Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic and Business Law Review*, 4(1), 47–48. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEBLR/article/view/47542>
- Tulung, S. V, & Yusuf, H. (2024). ANALISIS REGULASI HUKUM DAGANG ATAS PERSAINGAN USAHA DALAM E-COMMERCE DI ERA DIGITAL. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1, 1275. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/155>