



Urgensi Perlindungan Hukum Perdagangan Elektronik Dalam Perspektif Persaingan Usaha di Indonesia

Muhammad Rizqy Fadillah

Fakultas Hukum, Jurusan Hukum, Universitas Bangka Belitung, Bangka, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: fadillahmuhammadriski1@email.com

Abstrak—Perkembangan teknologi dan informasi telah berimplikasi pada ekspansi bisnis pada sektor perdagangan elektronik. Perkembangan pesat e-commerce yang secara transformatif mengambillah dominasi modal dan sirkulasi pasar, mengharuskan pemerintah untuk secara adaptif mempersiapkan instrumen hukum yang dapat memberikan perlindungan ekstra, baik bagi pelaku maupun konsumen e-commerce. Dengan metode penelitian yuridis-normatif dan pendekatan studi pustaka, penelitian ini mengeksaminasi perlindungan hukum perdagangan elektronik dengan instrumen analisis perspektif persaingan usaha. Dalam hal ini, pemerintah berkepentingan untuk mencegah terjadinya praktik persaingan usaha tidak sehat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memberikan perlindungan terhadap perdagangan elektronik, pemerintah telah membentuk sejumlah instrumen perlindungan hukum yang komprehensif, diantaranya peraturan perundang-undangan, dan struktur kelembagaan untuk menjamin penegakan hukum. Namun terdapat dua pokok permasalahan yang harus dihadapi, yakni belum lengkapnya regulasi yang mengatur, sebagai akibat pesatnya perkembangan teknologi, dan implementasi penegakan hukum yang belum optimal. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi urgensi perlindungan hukum perdagangan elektronik sebagai bagian upaya memberikan perlindungan usaha di Indonesia.

Kata Kunci: Monopoli; Perdagangan Elektronik; Perlindungan Hukum; Persaingan Usaha

Abstract—This study aims to elaborate the form of legal protection for electronic commerce (e-commerce) as one of the important exponents in economic circulation in Indonesia. With juridical-normative research methods and literature study approaches, this research examines the legal protection of electronic commerce with an analytical instrument from a business competition perspective. The rapid development of e-commerce, which transformatively takes over the dominance of capital and market circulation, requires the government to adaptively prepare legal instruments that can provide extra protection, both for e-commerce actors and consumers. In this case, the government has an interest in preventing unfair business competition practices. The results of the analysis show that there have been a number of comprehensive legal protection instruments, including laws and regulations, and institutional structures to ensure law enforcement. However, there are weaknesses in aspects of regulation and institutional authority that require reform. Electronic commerce policy must be realized in accordance with national goals and interests, and oriented towards the protection of domestic business actors in Indonesia.

Keywords: Business Competition; E-Commerce; Legal Protection; Monopoly

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, informasi dan ilmu pengetahuan telah membawa dampak yang sangat signifikan bagi semua aspek kehidupan manusia selama satu abad terakhir (Yanto, 2022). Meningkat pesatnya kemampuan manusia dalam menciptakan alat-alat canggih telah mendorong terjadinya transformasi kehidupan dari semula manual menjadi berbasis digital (Novianti Indah Putri dkk., 2021). Saat ini, teknologi telah banyak mengambillah peran manusia dan membantu menjadikan kehidupan lebih cepat, praktis, mudah, dan tidak terbatas. Salah satu sektor yang telah bertransformasi akibat perkembangan pesat teknologi adalah ekonomi dan perdagangan (Yanto, 2022).

Transaksi perdagangan yang selama ribuan tahun, sepanjang sejarah umat manusia dijalankan secara langsung (konvensional), kini bertahap mulai digantikan oleh perdagangan yang dilakukan secara elektronik melalui sistem *online shopping* (Novita & Santoso, 2021). Sambungan internet menghubungkan antara penjual, pembeli, dan distributor secara kolektif melalui pertukaran informasi yang dipandu oleh alat komunikasi (*device*) terkomputerisasi. Berkembangnya teknologi pembayaran secara digital yang terus berakselerasi dalam beberapa dekade terakhir juga memungkinkan pembayaran dilakukan secara online, tanpa harus menyerahkan uang fisik kepada penjual maupun pembeli. Saat ini, gawai telah sepenuhnya memungkinkan proses perdagangan elektronik dilakukan, baik saat pemesanan, pelacakan (*tracking*), penerimaan, hingga pembayaran dan pengembalian (*return*) (Wahyuni & Turisno, 2019).

Kemudahan akses dan efektivitas belanja elektronik menyebabkan transaksi jual beli daring semakin populer dan dikenali oleh setiap lapisan masyarakat. Banyaknya pelaku usaha yang menyediakan jasa perdagangan elektronik (*supply*), dan meningkatnya jumlah permintaan terhadap barang-barang tersebut (*demand*) menjadikan jumlah transaksi yang juga meningkat setiap tahun (Saragih & Bagaskara, 2023). Pada Kuartal I (Januari-Maret) 2022, nilai transaksi elektronik atau *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp 108,54 Triliun. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informasi, Indonesia adalah negara dengan tingkat pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia, dengan pertumbuhan sebesar 78% pada tahun 2019, berada satu tingkat di atas Meksiko yang menempati urutan kedua dengan persentase sebanyak 59% untuk waktu yang sama. Pada 2021, total nilai transaksi e-commerce di Indonesia adalah Rp 786,35 Triliun, meningkat 55,73% dibanding tahun sebelumnya yang mencapai Rp 504,96 Triliun (Rahayu dkk., 2022).

Tingginya nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia, selain memberikan surplus ekonomi yang sangat tinggi dan mempercepat transformasi ekonomi digital tanah air, juga menimbulkan beberapa potensi masalah yang perlu diantisipasi serta ditangani dengan baik (Dudhat & Agarwal, 2023). Banyaknya jumlah pelaku usaha yang turut bekerja



dalam sistem *e-commerce* menyebabkan persaingan usaha menjadi semakin ketat dan kompetitif. Persaingan yang terjadi secara sehat berimplikasi positif karena menuntut pelaku usaha untuk mampu berinovasi, mengembangkan kualitas produk, layanan, promosi, serta metode pemasaran yang menarik minat konsumen (Nur Hayati, 2021).

Akan tetapi, persaingan usaha dalam skema *e-commerce* yang cenderung bebas dan sulit dibatasi telah berkembang pada beberapa kondisi yang tidak sehat. Praktek-praktek persaingan tidak sehat (*unfair competition*) yang terjadi diantaranya adalah praktek monopoli persaingan, diskriminasi, eksploitasi dari platform ke supplier atau antar platform, perjanjian eksklusif, *predatory pricing*, penyalahgunaan posisi dominan, serta berbagai bentuk praktek persaingan yang tidak sehat lainnya (Fitri & Lesmana, 2021).

Dalam upaya menjamin bekerjanya sirkulasi ekonomi secara sehat, pemerintah Indonesia telah menyediakan payung hukum dengan membentuk Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pada tahun 2000, pemerintah juga membentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang bertugas mengawasi jalannya persaingan usaha di Indonesia agar tetap sehat dan tidak bertentangan dengan undang-undang (Nur Hayati, 2021). Namun, perkembangan pesat *e-commerce* menyebabkan UU No.5 Tahun 1999 menjadi kurang relevan, karena banyak aspek yang belum diatur sebelumnya. Untuk itu, penelitian ini akan berfokus pada upaya pemecahan masalah untuk mengetahui mengenai urgensi perlindungan hukum perdagangan elektronik di Indonesia.

Penelitian sebelumnya oleh Topik Hidayat, dkk (2023) mengidentifikasi pentingnya memberikan perlindungan terhadap data pribadi konsumen dalam perdagangan elektronik. Saat ini, pengaturan hukum perlindungan data pribadi masih minim, sedangkan penyalahgunaan data sangat rentan dan kerap terjadi dengan berbagai modus berbasis manipulasi sistem dan teknologi digital (Hidayat dkk., 2023). Penelitian berikutnya oleh Nanami Satyanegara, dkk (2020) menunjukkan bahwa perlindungan perdagangan elektronik penting secara ekstra-teritorial, dalam memayungi perdagangan antar negara yang dilakukan oleh masyarakat di Indonesia. Secara konklusif, kedua penelitian diatas telah menjelaskan pentingnya perlindungan perdagangan elektronik di Indonesia, namun belum terdapat pembahasan komprehensif dalam perspektif persaingan usaha (Satyanegara dkk., 2020).

Penelitian ini diorientasikan untuk memberikan deskripsi-analitik terhadap urgensi perlindungan hukum perdagangan elektronik dalam hukum positif di Indonesia, dengan berfokus pada perspektif persaingan usaha. Perkembangan *e-commerce* yang pesat mengharuskan pemerintah secara dinamis memperbarui ketentuan peraturan perundang-undangan guna mempertahankan relevansi dan mempersiapkan pengaturan hukum yang ideal. Dalam upaya tersebut, identifikasi terhadap sejumlah potensi problematika menjadi aspek fundamental yang akan ditelaah dalam penelitian ini secara komprehensif dengan pendekatan solusi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kompatibilitas aturan hukum terhadap perkembangan *e-commerce*.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pembahasan dianalisis dengan menggunakan metode normatif-yuridis (Benuf & Azhar, 2020). Elaborasi untuk menghasilkan analisis penelitian diorientasikan menggunakan pendekatan studi pustaka pada literatur hukum, berupa peraturan perundang-undangan, buku, jurnal, dan sumber data yang kredibel untuk menemukan relevansi antara realitas *das sollen* dan *das sein* dalam memformulasikan deskripsi sesuai dengan topik penelitian yang dibahas (Hamzah, 2021). Penelusuran pustaka dan regulasi bertujuan untuk mengidentifikasi urgensi perlindungan hukum perdagangan elektronik dalam perspektif persaingan usaha di Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Formulasi Perlindungan Hukum *E-Commerce* di Indonesia

Perkembangan *e-commerce* yang meningkat pesat dan menjadi tren ekonomi modern dewasa ini, telah jauh mendahului kesiapan regulasi pemerintah Indonesia dalam mengantisipasi perkembangannya (Hikmah dkk., 2023). Potensi permasalahan utama yang muncul dalam skema *e-commerce* ialah adanya praktek monopoli dalam sektor ekonomi tertentu yang didominasi oleh satu penyedia atau platform tertentu, sehingga menyulitkan penyedia dan platform lain untuk bersaing secara sehat (Tektona, 2022). Kemudian, perdagangan *e-commerce* juga telah menghilangkan batas wilayah, karena perdagangan terjadi bukan hanya antara penjual dan pembeli di dalam negeri, tetapi juga lintas negara. Padahal, Indonesia belum mengadopsi atau mengatur secara khusus tentang prinsip ekstrateritorial dalam persaingan usaha (Febriani & Murty, 2021).

Pengaturan mengenai persaingan usaha di Indonesia diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang saling melengkapi. Acuan utama yang menjadi pondasi perlindungan persaingan usaha adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Damaiyanti Sidauruk, 2021). Beberapa aturan lain, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2008 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2018 tentang Transaksi Elektronik (UU ITE) yang diperbarui dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 2018, adalah beberapa ketentuan yang turut mengatur secara parsial mengenai perlindungan hukum *e-commerce* (Muhammad, 2020).



Merujuk pada berbagai ketentuan yang ada, usaha melindungi e-commerce dalam skema persaingan usaha dilakukan dengan terlebih dahulu mengklasifikasikan jenis usaha yang termasuk didalamnya. Dalam Surat Edaran Dirjen Pajak No. SE/06/PJ/2015 dijelaskan bahwa e-commerce dibagi menjadi empat (Saragih & Bagaskara, 2023). *Pertama, online marketplace*, yaitu jenis usaha e-commerce yang memberikan jasa penyedia barang-barang atau jasa yang dijual secara daring. *Online marketplace* bekerja sebagaimana toko pada umumnya, namun seluruh atau sebagian usahanya dijalankan melalui pemasaran daring untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Kedua, *classified ads*, merupakan jenis usaha yang menyediakan jasa layanan promosi (*advertising*) dengan menayangkan video, foto, konten, atau pamflet promosi tertentu yang berisi informasi tentang suatu produk yang diperjualbelikan. *Classified ads* dapat berupa satu platform tersendiri maupun berupa account yang mengerjakan promosinya melalui platform lain, seperti media sosial atau media elektronik lainnya.

Ketiga, *Daily Deals*. *Daily Deals* adalah penyedia jasa layanan mediator dari marchant dengan konsumen yang menawarkan diskon sebagai alat dari pemasaran untuk menarik minat konsumen dan memperbesar peluang jual beli. *Daily deals* merupakan bagian dari e-commerce yang umumnya bersifat merangsang minat beli dari konsumen. Keempat, online retail, yakni usaha yang dilakukan dengan memperjualbelikan barang atau jasa melalui situs website sebagai sarana penjualan. Ritel merupakan usaha yang membentuk rantai pasok distribusi, mengubungkan barang dari produsen, grosir, pengecer, hingga konsumen akhir yang akan mengonsumsi barang (Ningsih, 2019).

Terhadap beberapa jenis e-commerce tersebut, upaya perlindungan yang dilakukan oleh pemerintah bersifat holistik, meliputi perlindungan hukum pelaku usaha dan perlindungan hukum terhadap konsumen. Secara khusus, dalam hubungannya dengan konsumen, perlindungan diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 6-8 UU No. 8 Tahun 1999 dijelaskan tentang hak pelaku usaha, kewajiban pelaku usaha, dan hal-hal yang dilarang bagi pelaku usaha (Saragih & Bagaskara, 2023). Beberapa ketentuan tersebut ditetapkan dalam rangka memberikan perlindungan maksimal terhadap hak-hak konsumen. Sementara itu, dalam Pasal 5 UU No.8 Tahun 1999, disebutkan bahwa salah satu kewajiban konsumen adalah beritikad baik. Hal ini selaras dengan ketentuan dalam Pasal 17 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE yang mewajibkan konsumen dalam bertransaksi secara elektronik untuk beritikad baik. Itikad baik ini adalah salah satu wujud perlindungan terhadap pelaku usaha (Alhakim, 2022).

Sedangkan dalam hubungan antara pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya, perlindungan yang diberikan ialah pencegahan terhadap monopoli dan persaingan tidak sehat (Indah Sari & Gede Rudy, 2021). Secara normatif, perlindungan ini diatur dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam ketentuan umum UU No.5 Tahun 1999, praktek monopoli didefinisikan sebagai usaha untuk memusatkan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang berimplikasi pada dikuasainya produksi atau pemasaran terhadap barang dan atau jasa tertentu sehingga timbul persaingan usaha tidak sehat dan merugikan bagi kepentingan umum. Sementara pengertian dari persaingan usaha tidak sehat adalah bentuk perlawanan antara pelaku usaha yang dalam menjalankan kegiatan produksi atau pemasaran barang atau jasanya dilakukan dengan cara tidak jujur, melawan hukum, atau mengakibatkan terhambatnya persaingan usaha.

Keberadaan aturan perundang-undangan yang ditujukan untuk memastikan berlangsungnya kegiatan perekonomian secara sehat dan menghindari berbagai perilaku persaingan tidak sehat, adalah berarti memenuhi unsur pertama dalam teori perlindungan hukum Soerjono Soekanto, yakni keberadaan undang-undang (Soekanto & Mamudji, 2003). Secara normatif, Indonesia telah memiliki payung hukum yang jelas dan relevansinya disesuaikan dengan adanya UU ITE yang mengatur beberapa aspek e-commerce yang belum diatur dalam UU No.5 Tahun 1999 (Alhakim, 2022).

3.2 Problematika Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam E-Commerce

Dalam hukum persaingan usaha, tidak semua bentuk monopoli dilarang (Herlambang & Setyawan, 2018). Hal ini karena UU No. 5 Tahun 1999 secara definitif membedakan antara pengertian monopoli dan pengertian praktik monopoli. Monopoli secara umum dimaknai sebagai kondisi dominasi atas suatu produk atau pemasaran tertentu sehingga menghilangkan persaingan usaha dalam peruntungan memperoleh laba di pasar. Sementara praktek monopoli adalah usaha untuk menciptakan kondisi monopoli tersebut (Ningsih, 2019). Untuk itu, terdapat dua bentuk monopoli yang tidak termasuk sebagai praktek monopoli yang dilarang.

Pertama, monopoli yang timbul karena alasan efisiensi (*natural monopoly*). Jika suatu penyedia layanan atau barang berhasil memberikan layanan yang efisien dan belum mampu disaingi oleh penyedia sejenis, maka penguasaan dominan terhadap pasar dianggap sebagai kondisi natural yang muncul bukan dari itikad buruk. Kondisi ini tidak termasuk pelanggaran hukum. Kedua, monopoli yang dilindungi oleh undang-undang (*statutory monopoly*), yakni bentuk monopoli yang dilakukan oleh atau seizin negara guna kepentingan tertentu yang bersifat nasional. Negara berhak untuk membatasi akses perizinan bagi pelaku usaha tertentu dan menciptakan kondisi monopoli yang diharapkan mampu memberi kemanfaatan publik bagi masyarakat (Imantaka dkk., 2023).

Dengan dua pengecualian tersebut, bentuk monopoli yang dilarang dalam undang-undang adalah segala bentuk praktik monopoli yang dilakukan dengan cara tidak fair dan melanggar hukum (Yanto, 2021). Tindakan seperti menyebarkan kebohongan terhadap penyedia layanan atau pelaku usaha saingan dengan tujuan menurunkan omset saingan dan memonopoli pasar, merusak pangsa harga pasar dengan menurunkan harga secara berlebihan, atau melakukan tindakan yang dapat mencemarkan pelaku usaha saingan, adalah bentuk-bentuk praktek monopoli yang dilarang dan tidak sehat (Tektona, 2022).



Secara normatif, UU Nomor 5 Tahun 1999 mengenalkan tiga bentuk persaingan usaha yang tidak diperbolehkan (Karina, 2019). Pertama, adalah perjanjian yang dilarang, yakni segala bentuk perjanjian yang berakibat pada timbulnya persaingan tidak sehat seperti perjanjian oligopoli, perjanjian penetapan harga antara pelaku usaha, perjanjian pembagian wilayah pemasaran, perjanjian pemboikotan penjualan dan penimbunan produk untuk mengendalikan harga, perjanjian kartel, integrasi vertikal, dan perjanjian dengan pihak luar negeri secara tertutup tanpa perizinan yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kedua, kegiatan yang dilarang, yakni segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha sehingga menyebabkan kondisi persaingan tidak sehat, seperti melakukan monopoli, monopsoni, penguasaan wilayah pasar tertentu dan menolak produk lain, serta persekongkolan dan permufakatan jahat untuk tujuan memperoleh laba secara tidak fair. Ketiga, posisi dominan, yakni posisi jabatan rangkap, penyalahgunaan kewenangan dalam kepemilikan saham, melanggar ketentuan penggabungan perusahaan, peleburan, serta pengambilalihan badan usaha serta rekayasa bisnis lain yang dianggap membayarkan persaingan usaha yang sehat (Hikmah dkk., 2023).

Persaingan usaha yang tidak sehat menjadikan ekonomi berkontraksi secara tidak seimbang, karena potensi sebaran pendapatan dan laba yang menjadi semakin tidak merata (Widijaningsih, 2022). Dalam *e-commerce*, unsur fundamental yang menjadi pertimbangan penting adalah tingkat kepercayaan (*trust*). Kepercayaan menjadi komoditas yang diburu oleh penyedia layanan agar mampu meningkatkan jumlah pelanggan. Untuk memperoleh kepercayaan tersebut, berbagai penyedia layanan menggelontorkan banyak dana guna melengkapi platform, membuat berbagai program seperti diskon dan hadiah menarik, biaya kirim gratis, aplikasi ringan, hingga cashback dan berbagai fitur menarik lainnya (Febriani & Murty, 2021). Sementara itu, tidak semua penyedia layanan dapat melakukannya, terlebih penyedia layanan skala kecil yang dikelola masyarakat. Akibatnya, usaha kecil, menengah, dan koperasi kerap kurang mampu bersaing secara fair, sehingga *e-commerce* memperbesar potensi terjadinya monopoli efisiensi (*natural monopoly*).

Selain perkara monopoli dan penguasaan pasar yang tidak merata, masalah lain yang kerap muncul adalah praktik *predatory pricing*, yakni praktik penjualan produk dibawah harga produksi untuk menguasai pasar (Indah Sari & Gede Rudy, 2021). Praktik ini tidak hanya kerap dijalankan oleh pelaku usaha dalam negeri, tetapi juga pelaku usaha diluar negeri. *Predatory pricing* mengganggu keseimbangan harga dan berpotensi mematikan pasar konvensional (Fitri & Lesmana, 2021). Dalam skema *e-commerce*, potensi terjadinya *predatory pricing* memiliki probabilitas yang lebih tinggi. Hal ini lantaran proses transaksi terjadi secara daring, sehingga memberi ruang bagi pelaku usaha tertentu untuk mematok harga yang tidak sesuai dengan harga pasar. Hal ini dapat terjadi dalam banyak kondisi, misalnya saat terjadi kelangkaan barang, tingginya minat pasar terhadap produk tertentu, atau untuk menarik atensi pasar melalui skema promo dengan harga yang jauh lebih rendah. Secara implikatif, *predatory pricing* dapat merugikan pelaku usaha lainnya dan dapat diidentifikasi sebagai pelanggaran hukum.

Kelemahan utama dari substansi UU No. 5 Tahun 1999 adalah relevansinya yang tertinggal dari perkembangan *e-commerce* yang pesat terjadi (Indah Sari & Gede Rudy, 2021). Dalam perubahan UU No. 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja, telah terdapat lima perubahan yang terkait dengan UU No. 5 Tahun 1999. Perubahan tersebut meliputi aspek institusi dan tata cara pengajuan keberatan ke Pengadilan Niaga, penegasan perintah penghentian kegiatan pelaku usaha yang teridentifikasi melakukan monopoli, penghapusan batasan maksimal denda, pemangkasan pidana pokok, dan penghapusan pidana tambahan. Namun, perubahan tersebut hanya menyangkut aspek teknis, sehingga urgensi pembaruan substansi masih menjadi eksponen yang penting untuk segera memperoleh pembahasan di DPR RI. Perkembangan *e-commerce* harus diimbangi dengan pembaharuan peraturan hukum yang relevan guna menjamin perlindungan hukum secara orientatif dan berkepastian.

3.3 Problematika Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam *E-Commerce*

Sesuai dengan teori perlindungan hukum Soerjono Soekanto, upaya dalam memberikan perlindungan secara maksimal harus didukung dengan keberadaan aparat penegak hukum yang bertugas memastikan terlaksananya aturan perundang-undangan secara *das sein* (Yanto, 2021). Untuk mengawasi jalannya persaingan usaha di Indonesia, pada tahun 1999, pemerintah Indonesia membentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang tergolong sebagai lembaga negara pelengkap (*state auxiliary organ*). Secara fungsional, lembaga negara pelengkap menjalankan sebagian tugas yang dimiliki oleh lembaga legislatif yang didelegasikan dalam undang-undang (Robuwan & Yanto, 2023).

Keberadaan KPPU didasarkan pada kebutuhan untuk melakukan pengawasan terhadap praktek monopoli dan untuk memastikan terciptanya persaingan usaha yang sehat serta terhindar dari berbagai bentuk pelanggaran hukum dalam pembangunan ekonomi di Indonesia (Nur Hayati, 2021). Pembentukan KPPU didasarkan pada amanah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dan ditetapkan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia. Dalam Pasal 30 UU No 5 Tahun 1999, dijelaskan bahwa KPPU adalah lembaga negara yang bersifat independen dan terlepas dari campur tangan kekuasaan lain, termasuk kekuasaan eksekutif. KPPU bertanggungjawab kepada Presiden RI.

Sebagai lembaga negara yang menjalankan fungsi pengawasan, KPPU dibekali dengan beberapa tugas, diantaranya yakni memberikan penilaian terhadap kegiatan usaha, tindakan pelaku usaha, perjanjian, dan penyalahgunaan posisi dominan yang dinilai dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, mengambil tindakan sesuai dengan wewenang komisi, memberi saran dan pertimbangan terhadap pemerintah, menyusun pedoman dan publikasi terkait dengan kewenangannya, dan memberikan laporan berkala kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.



Selain itu, KPPU juga memiliki kewenangan yang luas untuk dapat menerima aduan dan laporan masyarakat, melakukan penelitian terkait dengan dugaan pelanggaran, melakukan penyelidikan dan pemeriksaan kasus, meminta keterangan kepada instansi pemerintah, mendapat, memeriksa, dan meneliti alat bukti, memutuskan dan menetapkan ada atau tidaknya kerugian, memberitahukan keputusan Komisi pada pelaku usaha, serta menjatuhkan sanksi administratif pada pelaku usaha sesuai dengan yang diatur dalam UU No.5 Tahun 1999. Dengan adanya kewenangan tersebut, KPPU menjadi lembaga yang paling berkompeten dalam menjalankan tugas pengawasan dan pengendalian persaingan usaha di Indonesia, termasuk dalam ranah *e-commerce*.

Kendati demikian, keterbatasan kewenangan yang dimiliki oleh KPPU berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 telah memunculkan sejumlah kelemahan penting (Asmah, 2021). Industri perdagangan elektronik berkembang dengan melampaui batasan wilayah administrasi negara. Perdagangan dilakukan secara massif dalam bentuk ekspor dan impor dari berbagai negara. Sirkulasi ekonomi ini belum dapat sepenuhnya diawasi oleh KPPU, karena kewenangannya yang terbatas untuk mengawasi dan melakukan penindakan terhadap pelaku yang diindikasikan melakukan tindak pidana di wilayah hukum Indonesia. Sedangkan dalam hal pelaku tidak berkedudukan di Indonesia, maka KPPU tidak dapat melakukan pengawasan dan atau menetapkan penindakan hukum. Dalam hal ini, terdapat celah hukum yang berpotensi digunakan oleh pelaku usaha dalam negeri melalui skema kemitraan dengan perusahaan yang berkedudukan di negara lain untuk melakukan sejumlah tindakan tertentu, seperti monopoli atau *predatory pricing* (Damaiyanti Sidauruk, 2021).

Selanjutnya, kepentingan nasional Indonesia untuk meningkatkan konsumsi produksi dalam negeri dan mengurangi ketergantungan impor dari luar negeri juga harus direalisasikan dengan penguatan iklim perdagangan elektronik yang mendukung. KPPU dan Pemerintah perlu memformulasikan kebijakan yang berorientasi pada perlindungan pelaku usaha dalam negeri, mencegah monopoli, baik secara langsung maupun akibat kurangnya kontestasi, serta mempertahankan harga pasar yang terjangkau bagi produk-produk dalam negeri. Jaminan atas perlindungan ini dapat diharapkan menjadi salah satu instrumen promotor dalam mendorong perkembangan industri tanah air yang lebih kuat dan mampu bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan dari luar negeri.

4. KESIMPULAN

Upaya perlindungan hukum terhadap pelaku usaha *e-commerce* yang dilakukan oleh pemerintah telah bersifat holistik, meliputi perlindungan hukum pelaku usaha dan perlindungan hukum terhadap konsumen. Pengaturan mengenai persaingan usaha di Indonesia diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang saling melengkapi. Acuan utama yang menjadi pondasi perlindungan persaingan usaha adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Beberapa aturan lain, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2008 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2018 tentang Transaksi Elektronik (UU ITE). Saat ini, perkembangan pesat *e-commerce* di Indonesia membutuhkan upaya perlindungan hukum yang lebih kuat, baik dengan perbaikan substansi, penguatan struktur, kelengkapan fasilitas, hingga kesiapan masyarakat dan budaya hukumnya. Kerentanan terjadi pelanggaran dalam *e-commerce* adalah hal yang sangat mungkin terjadi meningkat angka transaksi yang terus bertambah.

KPPU sebagai lembaga negara independen yang bertugas menjalankan pengawasan terhadap praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat telah dibekali dengan kewenangan dan berbagai instrumen hukum yang baik. Namun, tetap perlu ada evaluasi dan penguatan kelembagaan, mengingat kebutuhan *e-commerce* yang meningkat dan negara harus hadir memberikan perlindungan ekstra untuk mencegah terjadinya pelanggaran hukum dalam persaingan usaha secara daring tersebut. Belum diaturnya secara spesifik *e-commerce* dalam UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjadi permasalahan yang cukup kritis karena UU tersebut adalah dasar hukum yang digunakan dalam skema persaingan usaha di Indonesia. Untuk itu, pemerintah perlu melakukan pengkajian kembali guna memperbarui substansi UU tersebut serta mengingat pertumbuhan *e-commerce* yang sangat pesat di Indonesia. Seiring dengan itu, perlu ada upaya peningkatan perlindungan hukum baik bagi konsumen maupun pelaku usaha, dengan meningkatkan kualitas dan kompetensi dibidang aparat hukum, fasilitas penegakan hukum, masyarakat, dan sosial-budaya secara komprehensif dan inklusif.

REFERENCES

- Alhakim, A. (2022). Urgensi Perlindungan Hukum terhadap Jurnalis dari Risiko Kriminalisasi UU Informasi dan Transaksi Elektronik di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4(1), 89–106. <https://doi.org/10.14710/jphi.v4i1.89-106>
- Asmah, A. (2021). Penguatan Kewenangan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Lewat Putusan Mahkamah Konstitusi (Putusan Mk No.85/Puu-Xiv/2016). *KERTHA WICAKSANA*, 15(1), 11–17. <https://doi.org/10.22225/kw.15.1.2808.11-17>
- Asri Agustwi, S. A. D. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia. *UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2). <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v3i2.409>
- Benuf, K., & Azhar, M. (2020). Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer. *Gema Keadilan*, 7(1), 20–33. <https://doi.org/10.14710/gk.2020.7504>



- Damaiyanti Sidauruk, G. (2021). Kepastian Hukum Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Lex Renaissance*, 6(1). <https://doi.org/10.20885/JLR.vol6.iss1.art10>
- Dudhat, A., & Agarwal, V. (2023). Indonesia's Digital Economy's Development. *IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI)*, 4(2), 109–118. <https://doi.org/10.34306/itsdi.v4i2.580>
- Febriani, I., & Murty, T. (2021). Analisis muatan nilai keadilan: undang-undang tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. *Repertorium*, 10(2). <http://dx.doi.org/10.28946/rpt.v10i2.1577>
- Fitri, F., & Lesmana, S. J. (2021). Indikasi Predatory Pricing Pada Praktek Flash Sale Pelaku Usaha E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *SUPREMASI HUKUM*, 17(02), 48–53. <https://doi.org/10.33592/jsh.v17i2.1365>
- Hamzah, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial & Humaniora*. CV Literasi Nusantara Abadi. <https://books.google.co.id/books?id=IU1WEAAAQBAJ&pg=PA1&ots=6jbc5QASDx&dq=penelitian%20kualitatif%20sosial&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=penelitian%20kualitatif%20sosial&f=false>
- Herlambang, D., & Setyawan, D. Y. (2018). Aspek Hukum Persaingan Usaha Dalam Perdagangan Elektronik. *Justicia Sains: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(1). <https://doi.org/10.24967/jcs.v3i1.350>
- Hidayat, T., Likadja, J. A. C., & Derozari, P. E. (2023). Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik. *Journal of Comprehensive Science*, 2(5).
- Hikmah, F., Yanto, A., & Ariski, K. (2023). Perlindungan Hak Ekonomi Bagi Pemilik Hak Cipta Dalam Perspektif Hukum Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(2). <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.13503>
- Imantaka, B., Yudha, H. S., Gilalo, J. J., & Anisa, R. Y. (2023). Imunitas BUMN Untuk Melakukan Monopoli. *Karimah Tauhid*, 2(3). <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i3.8786>
- Indah Sari, M. L., & Gede Rudy, D. (2021). Supervision Of Predatory Pricing On E-Commerce Transactions In Indonesia. *Policy, Law, Notary And Regulatory Issues (POLRI)*, 1(1), 16–24. <https://doi.org/10.55047/polri.v1i1.23>
- Karina, A. D. (2019). Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional. *Jurnal Dunia Hukum*, 3(2). <http://dx.doi.org/10.35973/jidh.v3i2.1360>
- Muhammad, M. M. (2020). Transaksi E-Commerce Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum*, 2(1), 76. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisadi.v2i1.14021>
- Ningsih, A. S. (2019). Implikasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 19(2), 207. <https://doi.org/10.30641/dejure.2019.V19.207-215>
- Novianti Indah Putri, Yudi Herdiana, Yaya Suharya, & Zen Munawar. (2021). Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.600>
- Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46–58. <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>
- Nur Hayati, A. (2021). Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 109. <https://doi.org/10.30641/dejure.2021.V21.109-122>
- Rahayu, N., Agus Supriyono, I., & Mulyawan, E. (2022). Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(1), 92–95. <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i1.823>
- Robuwan, R., & Yanto, A. (2023). *Seluk Beluk Ilmu dan Teknik Perancangan Peraturan Perundang-Undangan*. Penerbit Megalitera.
- Saragih, A. E., & Bagaskara, M. F. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(2). <https://doi.org/10.572349/civilia.v2i2.414>
- Satyanegara, N., Priyono, J., & Paulus, D. H. (2020). Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia Dalam Rangka Perdagangan Elektronik (E-Commerce). *Diponegoro Law Journal*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.14710/dlj.2020.27044>
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2003). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Tektona, R. (2022). Quo Vadis: Kepastian Hukum Aturan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. *Jurnal Persaingan Usaha*, 2(1), 43–54. <https://doi.org/10.55869/kppu.v3i1-51>
- Wahyuni, R. A. E., & Turisno, B. E. (2019). Praktik Finansial Teknologi Ilegal Dalam Bentuk Pinjaman Online Ditinjau Dari Etika Bisnis. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 379–391. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i3.379-391>
- Widjaningsih, G. (2022). Monopolistic Practices Dispute Resolution And Competition Unhealthy Business After The Enactment Of The Law Number 11 Of 2020 Concerning Job Creation. *Unizar Law Reviw*, 5(1). <http://dx.doi.org/10.53726/ulr.v5i1.579>
- Yanto, A. (2021). *Mazhab-Mazhab Hukum: Suatu Pengantar Memahami Dimensi Pemikiran Hukum*. Segap Pustaka.
- Yanto, A. (2022). *Hukum dan Ketertiban: Fragmen Pemikiran Tentang Paradigma Hukum dan Perkembangannya*. Megalitera.