

## PENEGAKAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM SEKTOR EKONOMI DIGITAL

M. Afif Hasbullah

Universitas Islam Darul Ulum Lamongan, Indonesia

Email: afif@unisda.ac.id

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penegakan hukum persaingan usaha dalam sektor ekonomi digital. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis empiris. Jenis bahan hukum dalam penelitian ini adalah bahan hukum sekunder yang dikumpulkan dengan metode studi literatur. Jenis penelitian ini mengacu pada penelitian hukum sosiologis, mengacu pada hukum yang telah berlaku dan terjadi dalam kehidupan bermasyarakat serta dengan mengumpulkan berbagai fakta serta teori yang dibutuhkan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Berdasarkan hasil analisa sumber hukum, dapat disimpulkan bahwa regulasi yang digunakan di Indonesia untuk mengatur persaingan usaha dalam era digital ini belum secara khusus dirumuskan. Belum adanya regulasi yang mengatur tentang pasar digital sangat disayangkan mengingat hal ini sangat *urgent* untuk diperhatikan oleh pemerintah sebab struktur pasar ini sangat berbeda dalam segala aspeknya dengan pasar konvensional yang telah dikenal, dan sangat berpotensi untuk dikembangkan

Kata Kunci : Hukum; Persaingan Usaha; Ekonomi Digital

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine the enforcement of business competition law in the digital economy sector. This study uses a type of empirical juridical research. The types of legal materials in this study are secondary legal materials collected using the literature study method. This type of research refers to sociological legal research, refers to the law that has been applied and occurs in people's lives and collects various facts and theories needed. The data analysis method used in this research is qualitative analysis. Based on the analysis of legal sources, it can be concluded that the regulations used in Indonesia for business competition in the digital era have not been determined. There is no regulation that regulates the digital market which is very important for the government to pay attention to because the structure of this market is very different in all aspects from the known market, and very potential to be developed.*

*Keywords : Law, Business Competition, Digital Economy.*

### PENDAHULUAN

Perkembangan serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mencapai berbagai aspek kehidupan masyarakat secara luas. Pesatnya perkembangan ini juga membawa tampilan baru bagi dunia perekonomian Indonesia, yang merubah era ekonomi konvensional menjadi ekonomi digital (Effendi, 2020). Konektivitas berkecepatan tinggi menjadi dasar bagi bangunan ekonomi modern yang berbasis digital.

Tren ekonomi digital telah memanfaatkan perkembangan teknologi yang telah berkembang pesat selama 30 tahun terakhir yang memungkinkan masyarakat Indonesia menjadi bagian dari Masyarakat Ekonomi ASEAN (Hasan, et al. 2020). Dengan perkembangan digital ini, masyarakat menjadi sangat mungkin untuk mengakses banyak hal dalam waktu yang sangat cepat, seperti akses kepada pemerintah, *e-commerce*, pendidikan, layanan informasi, dan berkomunikasi dengan masyarakat di seluruh dunia (Tan & Zhou, 2021).

Perkembangan ekonomi digital ini mencakup sektor TIK dan *e-commerce* sebagai fokus utama. Kepala BKPM Bahlil Lahadalia mengatakan bahwa ekonomi Indonesia baru akan siap menghadapi masyarakat ekonomi digital pada tahun 2025, dapat menjadi pusat ekonomi digital di ASEAN. Selama Triwulan-2020 hingga Triwulan III-2020, kontribusi sektor Informasi dan Komunikasi serta Jasa Keuangan Lainnya terhadap PDB masih minim. Pada Triwulan III-2018, pemberian sektor jasa keuangan lainnya, termasuk layanan fintech konvensional dan syariah, masih di bawah 1 persen (0,61%). Sementara itu, sektor informasi dan komunikasi, termasuk *e-commerce*, sebesar 3,75%. Meski begitu, kontribusi kedua industri tersebut cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Bahkan secara rata-rata, laju pertumbuhan sektor informasi dan komunikasi dan jasa keuangan triwulanan terhadap triwulan yang sama tahun sebelumnya berada di atas laju pertumbuhan PDB yang tumbuh sekitar 8-9%, di atas 5 persen, namun berkurang ketika pandemi Covid datang dan melumpuhkan sebagian besar sektor ekonomi.

Pertumbuhan ekonomi secara umum didefinisikan sebagai peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), baik dalam total PDB maupun dalam PDB per kapita (Mafulah, 2020). Pertumbuhan ekonomi dapat dipahami sebagai proses terus-menerus yang mengubah kondisi keuangan suatu negara ke arah situasi yang lebih baik dalam periode tertentu (Effendi, 2020). Pertumbuhan ekonomi juga dapat diartikan sebagai peningkatan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam peningkatan pendapatan nasional. Pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi dalam kehidupan masyarakat yang dapat diukur dengan membandingkan, misalnya ukuran Produk Domestik Bruto (PDB) dengan membandingkan nilai yang didapat pada tahun sekarang dengan tahun sebelumnya. Bank Dunia membagi penduduk menjadi tiga kelompok menurut ukuran pendapatan:

40% penduduk berpenghasilan rendah, 40% penduduk berpenghasilan menengah, dan 20% penduduk berpenghasilan tinggi (Malau, et al. 2020). Di Indonesia, ketimpangan pendapatan diukur dengan persentase pendapatan dari kelompok pendapatan terendah sebesar 40% dibandingkan dengan total pendapatan seluruh penduduk. Badan Pusat Statistik (BPS) membuat indikator Rasio Gini untuk melihat ketimpangan pendapatan/pengeluaran di suatu wilayah. Rasio Gini adalah ukuran kapak pertidaksamaan yang nilainya berkisar antara 0-1. Pertumbuhan ekonomi Indonesia rata-rata di atas 5 persen. Melambat pada tahun 2015 namun mulai tumbuh positif hingga tahun 2019 akhir. Meskipun demikian, PDB per kapita Indonesia meningkat dari tahun 2017 (1,016 triliun USD) menjadi tahun 2020 (1,058 triliun USD). Namun, bagaimana hal itu diatur dalam regulasi yang khusus dan konsentrasi mengatur persaingan usaha usaha di era digital?

Disahkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Antimonopoli dan Praktik Usaha Tidak Sehat serta pembentukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai Otoritas Antimonopoli Indonesia menandai upaya keras pemerintah Indonesia untuk melakukan reformasi struktural menuju persaingan usaha di Indonesia (Rombot, 2020). Hingga saat ini, pemerintah melalui KPPU masih melakukan konsolidasi terus menerus untuk menetapkan pedoman persaingan usaha dan telah memulai upaya untuk memeriksa pengaduan masyarakat tentang hal ini (Maheswari, 2020). Hal ini adalah awal yang baik untuk regulasi hukum persaingan Indonesia di masa depan.

Argumen yang saling bertentangan antara nilai persaingan dan pentingnya kerukunan yang menjadi filsafat hidup masyarakat menjadikan situasi budaya di Indonesia menjadi unik (Agustina, 2020). Bahkan, tingginya nilai hubungan erat antar komponen dalam masyarakat membawa mereka pada anggapan bahwa seseorang harus menekan nilai persaingan dan memupuk pentingnya kebersamaan dan keselarasan untuk mempertahankan keberadaannya dalam keseimbangan (Handayani & Sulistyono, 2020). Apakah hal tersebut menjadi akar penyebab rendahnya apresiasi terhadap persaingan dalam bagaimana dunia usaha Indonesia menjalankan kegiatan usahanya? Apakah model oposisi biner ini memberikan penjelasan yang andal tentang mengapa nilai persaingan tidak menjadi pedoman dalam budaya dan etika usaha Indonesia?.

Sayangnya, fakta empiris tidak mendukung argumen ini. Ekonomi urban-industrialis seharusnya memiliki tingkat persaingan yang lebih tinggi daripada ekonomi pedesaan-pertanian. Namun demikian, studi empiris menunjukkan bahwa industri dan pasar di Indonesia sangat terkonsentrasi pada struktur oligopolistik (Bangun & Sunaryanto, 2020). Krisis keuangan pada tahun 1997 dan desakan dari IMF agar dilakukan beberapa reformasi kebijakan guna menciptakan perubahan drastis dalam lingkungan regulasi persaingan usaha yang ada di Indonesia. Data talangan dari IMF sebesar \$46 miliar sangat luas dan mencakup reformasi di banyak bidang, termasuk pengurangan beberapa pajak ekspor; penghapusan monopoli Bulog dan cengkeh; liberalisasi impor banyak komoditas pertanian termasuk gandum, kedelai, dan gula; penurunan tarif impor; penghapusan monopoli perdagangan semen, rotan, dan kayu lapis; penghapusan persyaratan konten lokal untuk mobil; penghapusan pembatasan FDI dan penegakan target makroekonomi yang luas (Abdurokhmanova, et al. 2020).

Ketika keadaan ekonomi sudah sangat berubah menuju ekonomi digital baik ekonomi mikro maupun ekonomi makro, hampir semua perekonomian menggunakan teknologi informasi dan komunikasi atau digitalisasi, baik dalam pengemasan produk produk maupun pemasaran. Strategi seperti itu membuat distribusi informasi lebih mudah diakses dan lebih cepat (Li, et al. 2020). Hal ini mendorong pertumbuhan ekonomi lebih positif karena tidak ada batasan karena telah didukung oleh teknologi digital dan teknologi informasi (TIK) (Livinenko, 2020). Era digital membuat peluang masyarakat untuk menjual barang dan jasa semakin mudah diakses dan persaingan usaha meningkat. Kini, semua orang bisa membuka toko tanpa harus memiliki toko fisik dan memiliki pasar yang cukup melalui *website*, platform *e-commerce*, atau media sosial. Maka analisis penegakan hukum persaingan usaha dalam era ekonomi digital perlu dilakukan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis empiris. Jenis bahan hukum dalam penelitian ini adalah bahan hukum sekunder yang dikumpulkan dengan metode studi literatur. Jenis penelitian ini mengacu pada penelitian hukum sosiologis, mengacu pada hukum yang telah berlaku dan terjadi dalam kehidupan bermasyarakat serta dengan mengumpulkan berbagai fakta serta teori yang dibutuhkan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif (Chen, 2020).

Pendekatan dalam penelitian ini dilakukan dengan menelaah sumber hukum dari keadaan yang terjadi dalam masyarakat yang telah memasuki era ekonomi digital. Pengembangan penelitian dilakukan pada area regulasi yang mengatur persaingan usaha yang telah berlaku di Indonesia, dan juga pemangku kebijakan yang terlibat dalam implementasi tersebut.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hukum Persaingan Usaha di Indonesia

Sebelum disahkannya Undang-Undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No 5 tahun 1999), pemerintah tidak terlalu memperhatikan perkembangan rezim hukum persaingan. Pada tahun 1980-an diskusi internal tentang persaingan dan perlindungan konsumen dilakukan beberapa kali di antara pejabat di lingkungan Departemen Perindustrian, termasuk undang-undang dan regulasi tentang persaingan dan perlindungan konsumen. Tidak dapat disangkal bahwa kebijakan pemerintah dalam menjalankan kepentingan negara, terutama dalam mengelola perekonomian negara, telah membawa banyak dampak yang signifikan dalam aspek persaingan usaha (Efendi, 2020).

Guna menganalisa Menganalisa kebijakan persaingan sebelum memberlakukan UU No 5 tahun 1999, kita harus mengklasifikasikan kebijakan ke dalam dua kategori besar. Pertama, kebijakan yang membentuk UU No 5 tahun 1999 yang komprehensif. Namun karena undang-undang tersebut pada waktu itu belum ada, undang-undang yang termasuk dalam kategori kerangka kebijakan ini adalah peraturan perundang-undangan yang memasukkan analisis aspek persaingan usaha tertentu, seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 pada Perseroan Terbatas.

Kategori kedua adalah setiap kebijakan pemerintah yang berdampak baik secara langsung maupun tidak langsung pada kebijakan sektoral tanpa harus menetapkan kerangka hukum. Jenis kebijakan ini dapat secara langsung atau tidak langsung memuat peraturan mengenai norma persaingan usaha dalam pasal-pasal. Dalam kategori ini, kebijakan biasanya berupa kebijakan pemerintah di bidang perdagangan dan industri, misalnya pengenaan tarif dan non-tarif atas produk impor atau kebijakan pemerintah lainnya yang bertujuan untuk memberikan izin eksklusif kepada pelaku usaha dan membatasi masuknya pelaku usaha-pelaku usaha lain ke

dalam suatu industri tertentu untuk memberikan kesempatan bagi sektor tersebut untuk berkembang tanpa adanya persaingan yang dapat menghambat perkembangannya, dan juga melalui monopoli negara karena kepentingan strategis industri tersebut. Selain itu, pemerintah dapat menggunakan kebijakan persaingan teknis, seperti alokasi pasar dan penetapan harga (Efendi, et al. 2020).

Rachmad Santoso, dkk (2020) mengidentifikasi bahwa terdapat tiga jenis tindakan ‘anti persaingan usaha’ yang paling marak terjadi di Indonesia. Pertama, tindakan anti persaingan yang dilakukan pelaku usaha untuk menghancurkan pesaingnya, seperti integrasi vertikal, pemeliharaan harga jual-beli, dan alokasi pasar. Kedua, tindakan anti persaingan yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan persetujuan pemerintah, termasuk tindakan kartel melalui perkumpulan dan hak monopoli yang diberikan kepada orang perseorangan. Jenis tindakan anti persaingan yang terakhir adalah yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pemerintah, dan menyediakan kebutuhan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) melalui mekanisme kolusi. Hal tersebut didukung oleh temuan penelitian yang dilakukan oleh Oti Handayani (2020) yang menyatakan bahwa tindakan anti persaingan yang paling sering terjadi dalam persaingan usaha di Indonesia, berasal dari kategori kedua dan ketiga dari klasifikasi di atas. Menurutnya, sebagian besar tindakan anti persaingan yang dilakukan oleh pihak swasta dimungkinkan dengan adanya persetujuan pemerintah, misalnya dengan memberikan hak monopoli kepada anggota keluarga dan kroni atau dukungan pemerintah dalam penetapan harga atau alokasi pasar (Sugiono & Efendi, 2020).

Hal ini menyimpulkan bahwa pola pengelolaan sektor ekonomi lebih baik jika memperhatikan pengelolaan pemerintahan pada pemerintahan sebelumnya. Pemerintah telah memposisikan diri sebagai pusat segala bentuk pengambilan keputusan, termasuk yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi (Paparang, 2020). Dilihat dari persaingan usaha, peran pemerintah tidak terbatas pada penentuan kebijakan dan prioritas pembangunan ekonomi makro tetapi juga mekanisme operasi pasar melalui kebijakan persaingan sektoral. Idealnya, setiap kebijakan yang memuat kebijakan persaingan sektoral harus dirumuskan sesuai dengan pedoman kerangka hukum persaingan yang menjadi acuan bagi kebijakan yang diambil—kerangka tersebut berfungsi dengan memberikan keterkaitan atas konsekuensi yang mungkin timbul dari kebijakan tersebut. Pasalnya, kebijakan persaingan sektoral mempengaruhi mekanisme pasar (Sugiono &

Rachmawati, 2019). Jika tidak diimplementasikan dengan hati-hati, kebijakan tersebut berpotensi menimbulkan distorsi pasar, yang akan menghilangkan tujuan awal dari keterlibatan pemerintah.

Implementasi kerangka hukum persaingan usaha memiliki masalah serius, yaitu tidak adanya regulasi yang dapat merepresentasikannya secara komprehensif mengenai permasalahan ini, secara praktis hal itu tidak dapat berfungsi sebagai pedoman yang dapat memberikan pedoman kepada pengambil keputusan sebagai acuan untuk komponen persaingan sehingga menghilangkan kemungkinan implementasi oleh pembuat kebijakan ekonomi. Misalnya adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian yang hanya meletakkan prinsip-prinsip dasar persaingan yang sehat, seperti mengedepankan *fair and just match*, mencegah persaingan tidak sehat, dan menghindari sentralisasi penguasaan industri, yang pelaksanaannya tidak diatur lebih lanjut. Contoh lainnya adalah pengaturan tentang Penggabungan, Pengambilalihan, dan Peleburan dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas. Dengan menyebutkan undang-undang di atas, tidak mengherankan jika masalah persaingan di Indonesia praktis didominasi oleh tingkat konsentrasi pasar yang tinggi dengan sejarah intervensi pemerintah. Ketidakseimbangan dalam kerangka dasar persaingan menyebabkan sebagian besar intervensi pemerintah tidak terkendali dan diterapkan secara tidak konsisten, yang mengakibatkan penyimpangan dari tujuan awal intervensi tersebut. Perlindungan dan konsesi eksklusif yang diberikan kepada industri tertentu lebih banyak menghasilkan konglomerat baru daripada mengembangkan sektor kompetitif. Secara praktis hal ini tidak relevan dengan perkembangan ekonomi yang telah mengarah pada persaingan usaha digital (Tainpubolon, 2020).

### **Persaingan Usaha di Era Ekonomi Digital**

Transformasi digital menantang sistem ekonomi konvensional masyarakat dan yang sudah mapan, tidak terkecuali hukum persaingan (Yanuarsi, 2020). Baik disadari atau sekedar asumsi yang beredar, undang-undang persaingan perlu memenuhi tantangan ini secara proaktif, pembuat undang-undang, pengadilan, lembaga, dan ekonom dituntut untuk mengambil peran dalam hal tersebut. Digitalisasi sedang berlangsung di banyak bidang. Kemajuan dalam komunikasi dan pemrosesan data sangat mempengaruhi industri yang ada dan mengatur ulang nilai ekonomi secara global, sehingga memungkinkan diproduksi produk dan layanan yang baru, dan

mengganggu sistem perekonomian tradisional. Tren ini dapat memberikan manfaat dan merangsang pertumbuhan ekonomi; namun, disisi lain juga dapat menimbulkan masalah persaingan usaha dan menciptakan kebutuhan akan peraturan baru (Santoso, et al. (2020). Karena efeknya pada masyarakat jauh melampaui konteks teknologi digital saja, masalah yang timbul dari digitalisasi menjadi semakin relevan bagi pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan, yaitu pemerintah.

Persaingan dalam era ekonomi digital bisa terjadi dalam beberapa aspek, misalnya: Persaingan berdasarkan inovasi. Inovasi di masa kini menjadi hal yang wajib dilakukan oleh setiap perusahaan karena perusahaan yang terus berinovasi akan terus menarik konsumen untuk menggunakan produk yang di tawarkan. Akibatnya, pasar digital didominasi oleh lebih sedikit perusahaan yang terus melakukan inovasi dengan posisi pasar yang kuat. Secara bersamaan, perusahaan menghadapi tekanan terus menerus dari perusahaan yang menawarkan produk dan model usaha baru yang melihat peluang untuk membedakan mereka dengan perusahaan pesaing, serta menanggapi keragaman preferensi konsumen.

Persaingan untuk mendapatkan konsumen. Model usaha digital, mengandalkan perhatian ke konsumen. Kemampuan untuk bersaing untuk mendapatkan perhatian seperti itu meningkat ketika sebuah perusahaan memiliki banyak platform di area yang berbeda dan Menciptakan sinergi dengan menghubungkan platform melalui media sosial. Dengan menggabungkan data pengguna dari berbagai platform, perusahaan dapat mengoptimalkan luasnya pasar yang dapat dijangkau oleh platform iklan. Oleh karena itu, data pribadi memiliki nilai strategis dari platform digital. Hal ini membantu mereka mempertahankan posisi pasar dengan menganalisis volume data yang besar membuat keunggulan kompetitif dari para pesaingnya (Handayani et al., 2020).

Persaingan memperebutkan pasar. Model usaha digital bersaing dengan mengintegrasikan layanan/platform dan menemukan sinergi melalui penggunaan media sosial. Sebagai konsekuensi alami, para pemain lama di industri ini didorong untuk berinovasi. Oleh karena itu pasar tetap dapat diperebutkan oleh pemain lama maupun pemain baru. Namun, memanfaatkan teknologi juga dapat menimbulkan kekhawatiran ketika hal itu menghambat persaingan berdasarkan keunggulan, yang dapat menjadi kasus ketika perusahaan tertentu telah memperoleh kendali atas fasilitas penting, seperti data data.

Persaingan untuk bekerjasama. Ketika ekonomi digital menjadi semakin saling berhubungan, tingkat koordinasi dan kerjasama antar perusahaan tidak dapat dihindari dan memang pro-kompetitif. Misalnya, platform TIK dapat dilihat tidak hanya sebagai teknologi yang berdiri sendiri, tetapi sebagai ekosistem teknologi yang bergantung pada interaksi diantara pengusaha yang ada di dalamnya. Bahkan perusahaan yang memiliki kekuatan pasar yang signifikan di satu area ekosistem bergantung pada kerjasama dan inovasi dari pihak lain untuk kesuksesan mereka. Namun, kerjasama ini tidak selalu berarti bahwa sebagai akibat dari tindakan tersebut, perusahaan dapat menghilangkan tekanan persaingan usaha yang telah ada. Mengingat fitur pasar digital ini sangat luas, persaingan sering kali bersifat siklus yang dapat berubah dengan sangat cepat. Perusahaan yang sukses dapat memperoleh kekuatan pasar yang signifikan tidak selalu bertahan lama, jika tidak melakukan banyak inovasi bagi perkembangan usahanya, posisi ini dapat berubah menjadi rentan serta mudah tergeser oleh siklus inovasi berikutnya.

Untuk mendukung pembahasan mengenai peran pemerintah dalam masalah persaingan di Indonesia, bagian berikut akan mencoba menjelaskan bagaimana pemerintah melalui kebijakannya melakukan intervensi terhadap struktur pasar, menjelaskan motivasi dari intervensi tersebut dan memeriksa penetapan harga dan perlindungan konsumen yang diciptakan dari kebijakan yang telah dibuat. Sebelum adanya UU Persaingan Usaha, beberapa aspek persaingan usaha sudah ada dalam beberapa peraturan. Namun, mereka sangat terfragmentasi dan terbatas pada sektor-sektor tertentu. Berikut adalah contoh dari peraturan tersebut:

a. *Indonesian Civil Code (ICC)*

Pasal 1365 merupakan satu-satunya ketentuan dalam ICC yang dapat dijadikan sebagai dasar perlindungan terhadap Persaingan Tidak Sehat yang dilakukan oleh Pelaku Usaha. Dalam pasal 1365 disebutkan bahwa “*Setiap perbuatan yang melanggar hukum dan menimbulkan akibat yang merugikan orang lain wajib mewajibkan orang yang karena kelalaiannya menimbulkan akibat yang merugikan itu untuk mengganti kerugian.*”

Dengan demikian, jika seorang pengusaha merasa dirugikan oleh kegiatan anti persaingan dari pengusaha lain, mereka dapat mengajukan tuntutan ganti rugi ke pengadilan. Sayangnya, definisi perbuatan melawan hukum di Indonesia belum dapat

ditentukan karena penerapannya sudah meluas. Parahnya lagi, hakim menilai tidak perlu ada definisi baku. Akibatnya, penerapan ketentuan mengenai perbuatan melawan hukum dalam persaingan usaha sangat minim dan hanya bertumpu pada kebijaksanaan hakim ketika suatu kasus muncul. Hal ini menimbulkan masalah bagi para pelaku usaha yang hendak merencanakan kegiatannya, padahal hukum persaingan telah menjadi sangat luas pada era digital ini.

b. *Indonesian Criminal Code (KUHP)*

Pasal 382 KUHP menyatakan bahwa “*Setiap orang yang melakukan penipuan untuk menyesatkan satu orang atau lebih, tanpa harus mempunyai maksud untuk mendirikan atau memperluas perdagangan atau usahanya atau orang lain, dipidana karena persaingan tidak sehat dan wajib dipidana dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan apabila tindakan tersebut mengakibatkan kerugian bagi orang lain.*” Ketentuan di atas dapat memberikan perlindungan kepada pelaku usaha hanya jika persaingan tidak sehat yang dimaksud berupa tindakan curang. Ketentuan ini jelas tidak memadai, karena persaingan tidak sehat, kegiatan seperti pembatasan pasar, dan kolusi tidak serta merta dilakukan melalui penipuan, sehingga penerapan ketentuan tersebut dibatasi, sedangkan tindakan lain sangat besar dimungkinkan terjadi pada era ekonomi digital.

c. Peraturan Perundang-Undangan Lain

Selain peraturan perundang-undangan di atas, pengaturan mengenai persaingan usaha diatur dalam undang-undang sebagai berikut:

1) UU Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek

Pasal 81 dan 82 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Nama Merek sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 juga dapat dianggap sebagai undang-undang yang memberikan perlindungan terhadap persaingan usaha. Pasal 81 dan 82 pada dasarnya melarang setiap orang dengan sengaja dan melawan hukum menggunakan merek terdaftar milik orang atau badan hukum lain untuk produk dan jasa sejenis yang diproduksi dan/atau dipasarkan.

2) UU Nomor 4 Tahun 1984 Tentang Perindustrian

Pasal 7 ayat (1) UU Nomor 4 Tahun 1984 telah menjadi landasan bagi kebijakan pemerintah dalam pembinaan industri di Indonesia dengan menetapkan bahwa tujuan pemerintah dalam mengatur, membina dan mengembangkan industri

adalah untuk: a) Menciptakan kehidupan yang lebih baik, pembangunan industri yang sehat dan bermanfaat; b) mengembangkan persaingan yang sehat dan sehat serta mencegah persaingan tidak sehat; c) mencegah pemusatan atau penguasaan industri oleh satu kelompok atau individu dalam bentuk monopoli yang merugikan masyarakat. Ketentuan ini tidak bersifat imperatif, yaitu tanpa akibat pidana atau perdata, karena hanya menjadi pedoman kebijakan bagi pemerintah dalam membangun struktur industri.

### 3)Regulasi Perbankan

Di bidang perbankan, aspek persaingan usaha diatur melalui Peraturan Pemerintah Nomor 70 Tahun 1992 tentang Bank Umum, dan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 222/KMK.01/1993 tentang Persyaratan dan Tata Cara Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan. Pasal 15 ayat (1) PP Nomor 70 Tahun 1992 menyatakan bahwa penggabungan atau peleburan bank umum hanya dapat dilakukan dengan persetujuan Menteri Keuangan atas pertimbangan Bank Indonesia (bank sentral). Selanjutnya pasal 19 menyatakan bahwa jika suatu akuisisi mengakibatkan penguasaan lebih dari 50% dari bank umum yang diakuisisi, akuisisi tersebut harus mendapat persetujuan dari Menteri Keuangan, dengan pertimbangan dari Bank Indonesia.

### 4)Kekuasaan Kehakiman

Selain itu, UU Nomor 14 Tahun 1970 tentang Kekuasaan Kehakiman yang diperbaharui dengan UU Nomor 35 Tahun 1999 menyatakan bahwa hakim tidak boleh menolak mengadili suatu perkara karena tidak adanya undang-undang yang mengatur, atau dengan alasan bahwa undang-undang yang ada tidak cukup jelas. Ketentuan ini sangat berguna dalam penyelesaian kasus-kasus persaingan usaha karena belum pernah ada kerangka hukum yang terpadu dan komprehensif untuk kasus-kasus yang berkaitan dengan persaingan usaha. Pendapat hakim dapat dijadikan sebagai pedoman yang berharga untuk sengketa yang menyangkut persaingan usaha.

Selain menyediakan regulasi yang tepat, Pemerintah juga memiliki fungsi memutus perkara yang berkaitan dengan persaingan usaha. Melalui Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), Pemerintah diharapkan dapat memproyeksikan kredibilitas dan integritas yang tinggi, dengan jaminan bahwa setiap kasus yang berkaitan dengan persaingan usaha atau kegiatan yang mengakibatkan distorsi pasar akan diproses sebagaimana mestinya demi kepentingan konsumen.

Sanksi administratif merupakan kewenangan mutlak KPPU dan merupakan hal yang esensial dalam setiap peraturan perundang-undangan. Embargo tersebut berupa pembatalan perjanjian, termasuk merger, pemutusan hubungan kerja, ganti rugi, dan denda. Sanksi tersebut dijatuhkan apabila pelaku usaha yang bersangkutan terbukti melakukan pelanggaran. Sanksi yang diharapkan lebih efektif karena sifatnya yang menghukum adalah pidana. Hukuman berupa kurungan dan denda yang cukup besar merupakan *ultimum remedium* bagi pelaku usaha. Penahanan dapat dilakukan dengan merujuk kasus tersebut ke polisi. Undang-Undang Persaingan bertujuan untuk mengatur tindakan pelaku usaha agar tidak melakukan praktek usaha monopoli dan mendorong persaingan yang sehat, jujur, dan terbuka. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 mencakup hal-hal yang luas: dari tindakan yang merupakan pelanggaran, KPPU mengawasi pelaksanaan undang-undang hingga ketentuan mengenai sanksi.

Sanksi merupakan bagian yang tidak terpisahkan sebagai respon terhadap pelanggaran, berupa sanksi administratif dan pidana. Pelaku usaha dapat dikenakan berbagai sanksi administratif, seperti pembatalan perjanjian, pemutusan hubungan usaha yang diduga bersifat tidak wajar atau tindakan yang menyalahgunakan kedudukan pelaku usaha, pembatalan merger, kerugian, dan kerugian yang signifikan. denda yang mempengaruhi kinerja perusahaan yang terbukti melakukan pelanggaran; UU tersebut juga memberikan sanksi pidana kepada pelaku usaha yang tidak bekerja sama dengan KPPU. Sanksi pidana tambahan juga dapat diterapkan dalam bentuk pencabutan izin usaha, larangan bagi pelaku usaha untuk menduduki jabatan tertentu, atau penghentian suatu kegiatan atau tindakan tertentu yang menimbulkan akibat yang merugikan.

Komisi ini didirikan sebagai badan independen, serupa dengan yang ada di negara lain seperti Amerika Serikat dengan Komisi Perdagangan Federalnya atau Kompetisi dan Perlindungan Konsumen Australia. Anggota Komisi diangkat oleh Presiden dengan persetujuan DPR untuk disetujui. KPPU bisa saja berperan pasif, seperti menunggu laporan dari masyarakat atau pihak-pihak yang merasa dirugikan atau mereka yang mengetahui adanya praktik yang tidak adil. Jika tidak, KPPU juga dapat bertindak proaktif dengan melakukan kajian, mencari masukan, dan melakukan penyelidikan terhadap pelaku usaha yang mencari kebenaran.

Kebijakan pemerintah juga tunduk pada pengawasan Komisi. Hal ini sejalan dengan fakta bahwa praktik monopoli juga dapat terjadi atas persetujuan pemerintah.

Beberapa tindakan pemerintah membuktikan fakta tersebut dalam praktik perekonomian digital. Beberapa poin menunjukkan bahwa pemerintah memainkan peran penting dalam menciptakan kondisi monopoli dan mencegah praktik ekonomi yang tidak sehat. Pemerintah dapat terjerumus ke dalam praktik monopoli ketika melakukan monopoli alami di beberapa industri strategis karena kurangnya transparansi dalam pengelolaannya. Tujuan pemerintah dalam menerapkan kebijakan persaingan adalah untuk menjaga kebebasan bersaing, yang terkait dengan pelepasan perdagangan, kebebasan memilih, dan akses ke pasar. Dengan demikian, sebagaimana dikemukakan oleh Hakim Agung Warren Berger dalam pandangannya, tujuan umum pemerintah tidak lain adalah melindungi persaingan itu sendiri, dan tidak hanya melindungi para pesaing (pelaku usaha).

Belum adanya regulasi yang mengatur tentang pasar digital, KPPU menilai hal ini sangat urgent untuk diperhatikan oleh pemerintah sebab struktur pasar ini sangat berbeda dalam segala aspeknya dengan pasar konvensional yang telah dikenal. Regulasi yang berlaku sekarang hanya sebatas pada izin pendirian usaha dalam berbagai sektor. Jika pemerintah tidak membuat regulasi tentang hal ini, dapat juga pihak KPPU yang membuat regulasi komisi tentang pasar digital sebagai implementasi lebih jauh dari UU no 5 tahun 1999 tersebut.

Banyak perusahaan dalam era ekonomi digital yang beroperasi di industri yang dapat dicirikan sebagai *multi-sided market*, di mana pemegang saham berinteraksi dengan dua atau lebih sisi pasar. Contohnya termasuk situs lelang *online* (pembeli dan penjual), pusat perbelanjaan (pembeli dan toko), kartu kredit (pemegang kartu dan pedagang), *search engine* yang disponsori iklan (peselancar web dan pengiklan), sistem *smartphone* (pengguna dan pengembang aplikasi), dan media. industri seperti surat kabar dan jaringan televisi (konsumen konten dan pengiklan). Di pasar seperti itu, sisi yang berbeda sering saling terkait. Misalnya, dalam kasus sistem operasi ponsel cerdas, pengembang aplikasi dapat memilih untuk mendukung sistem berdasarkan basis sistem yang diinstal. Pengguna dapat memilih sistem berdasarkan jumlah aplikasi yang terkait dengan sistem. Demikian pula, dalam kasus *search engine* yang disponsori iklan, pengiklan lebih bersedia untuk beriklan di mesin pencari dengan lebih banyak pengguna. Saling ketergantungan di berbagai sisi pasar jenis ini berarti bahwa strategi perusahaan di banyak sisi juga saling terkait. Secara khusus, perubahan kondisi pasar di satu sisi

pasar perusahaan mungkin memerlukan perubahan proses di sisi yang sama di sisi yang lain.

Sementara itu, pihak KPPU meyakini bahwa Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar dalam ekonomi digital ini. Data dari BPS sendiri, sebanyak 99,64% pengusaha dari berbagai provinsi telah memanfaatkan berbagai platform *e-commerce* sebagai alat untuk mengembangkan usahanya. Pada lima tahun ke depan, pertumbuhan ekonomi digital ini akan meningkat drastis sebesar 90,25% dari tahun ini, hal ini perlu diantisipasi dengan mempersiapkan payung hukum yang jelas serta advokasi untuk menyambut perkembangan ekonomi tersebut. Hal ini dipercepat dengan melonjaknya pandemi Covid yang mempercepat digitalisasi ekonomi dalam berbagai sektor. Hal ini telah diperkirakan oleh Perry Warjiyo selaku Gubernur BI, bahwa pada tahun 2021 nilai *e-commerce* akan mencapai Rp. 337 triliun, nilai yang sangat tinggi dan berpotensi besar untuk dikembangkan guna pertumbuhan ekonomi Indonesia yang semakin baik.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa sumber hukum, dapat disimpulkan bahwa regulasi yang digunakan di Indonesia untuk mengatur persaingan usaha dalam era digital ini belum secara khusus dirumuskan. Belum adanya regulasi yang mengatur tentang pasar digital sangat disayangkan mengingat hal ini sangat urgent untuk diperhatikan oleh pemerintah sebab struktur pasar ini sangat berbeda dalam segala aspeknya dengan pasar konvensional yang telah dikenal. Regulasi yang berlaku sekarang hanya sebatas pada izin pendirian usaha dalam berbagai sektor. Jika pemerintah tidak membuat regulasi tentang hal ini, dapat juga pihak KPPU yang membuat regulasi komisi tentang pasar digital sebagai implementasi lebih jauh dari UU no 5 tahun 1999. Ketentuan ini sangat berguna dalam penyelesaian kasus-kasus persaingan usaha karena belum pernah ada kerangka hukum yang terpadu dan komprehensif untuk kasus-kasus yang berkaitan dengan persaingan usaha dalam era ekonomi digital.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurakhmanova, G., Shayusupova, N., Irmatova, A., & Rustamov, D. (2020). The role of the digital economy in the development of the human capital market. *Apxue научных исследований*, (25).
- Agustina, M. (2020). Persaingan Usaha Tidak Sehat Antar Online Shop Dalam Kondisi Covid-19 Terhadap Kebijakan Yang Dikeluarkan Oleh Presiden. *Res Judicata*, 3(1), 15-25.

- Bangun, D. A., & Sunaryanto, L. T. (2020). Analisis Karakteristik Kewirausahaan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Online Di Bale Hidroponik Salatiga. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(1), 11-26.
- Chen, Y. (2020). Improving market performance in the digital economy. *China Economic Review*, 62, 101482.
- Efendi, S. (2020). The Role of Human Capital in the Education Sector in Efforts to Create Reliable Organizational Human Resources. *International Journal of Science and Society*, 2(1), 405-413.
- Efendi, S., Sugiono, E., Guritno, E., Sufyati, & Hendryadi. (2020). Building innovation and competitiveness for low technology manufacturing SMEs through imitating capability and learning: The case of Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 6(1), 1803515.
- Efendi, S., Sugiono, E., Guritno, E., Sufyati, & Hendryadi. (2020). Building innovation and competitiveness for low technology manufacturing SMEs through imitating capability and learning: The case of Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 6(1), 1803515.
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(1), 21-32.
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(1), 21-32.
- Handayani, O., & Sulistiyono, A. (2020). Pembadanan Hukum Fintech Sebagai Instrumen Pengaturan Persaingan Usaha Yang Sehat. *Masalah-Masalah Hukum*, 49(3), 244-255.
- Handayani, O., Al Adawiah, R., Sulistiyono, A., & Pamungkas, A. J. (2020). Analisis Pasar Bersangkutan Dalam Hukum Persaingan Usaha Pada Era Disrupsi 4.0 (Bisnis Online Versus Bisnis Konvensional). *Soumatara Law Review*, 3(2), 156-172.
- Hasan, F., Zubaedah, R., & Apriani, R. (2020). Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha Berdasarkan Sikap Inisiatif Komisi Pengawas Persaingan Usaha. *Singaperbangsa Law Review (SILREV)*, 1(1), 105-126.
- Li, K., Kim, D. J., Lang, K. R., Kauffman, R. J., & Naldi, M. (2020). How should we understand the digital economy in Asia? Critical assessment and research agenda. *Electronic commerce research and applications*, 44, 101004.
- Litvinenko, V. S. (2020). Digital economy as a factor in the technological development of the mineral sector. *Natural Resources Research*, 29(3), 1521-1541.
- Mafulah, H. (2020). Pengecualian Perjanjian yang Berkaitan Paten dan Lisensinya dalam Pengawasan Persaingan Usaha. *SIGN Journal of Law (SIGN Jurnal Hukum)*, 1(2), 87-103.
- Maheswari, A. A. (2020). Batasan, Wewenang dan Keterlibatan KPPU Dalam Kasus Persekongkolan Tender Menurut Hukum Persaingan Usaha. *Jurist-Diction*, 3(5), 1581-1596.
- Malau, P., Ambarita, L. M., & Sinaga, N. A. (2020, October). Sosialisasi Strategi Persaingan Bisnis Online Di Era Pandemi Covid 19 Di Fakultas Hukum Universitas Simalungun. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian* (Vol. 3, No. 1, pp. 432-435).

- Paparang, J. A. (2020). Tugas dan Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Penanganan Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. *Lex Privatum*, 7(7).
- Rombot, R. J. T. (2020). Peranan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Menyelesaikan Sengketa Usaha Perdagangan Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Lex Privatum*, 8(4).
- Santoso, R., Munawi, H. A., & Nevita, A. P. (2020). Analisa Perilaku Konsumen: Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis di Era Ekonomi Digital. *Jurnal G-Tech*, 4(1), 286-293.
- Tan, G., & Zhou, J. (2021). The effects of competition and entry in multi-sided markets. *The Review of Economic Studies*, 88(2), 1002-1030.
- Yanuarsi, S. (2020). Akuisisi Bank Asing Terhadap Perbankan Nasional Ditinjau dari Aspek Hukum Persaingan Usaha. *Solusi*, 18(3), 419-432.