

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dunia bisnis dan ekonomi, persaingan usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha adalah sebuah keharusan bagi terselenggaranya ekonomi pasar.¹ Dengan terciptanya persaingan usaha maka akan berdampak bagi para pelaku usaha untuk terus melakukan perbaikan dalam barang atau jasa yang ditawarkannya sehingga akan tercipta barang atau jasa yang berkualitas. Selain itu persaingan usaha akan mendorong para pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menjalankan usahanya agar menarik para konsumen. Di sisi lain, persaingan usaha juga memberikan dampak bagi konsumen yaitu para konsumen memiliki banyak pilihan barang atau jasa dengan kualitas tinggi dan harga yang relatif rendah.

Mengkaji secara mikro, saat ini banyak negara cenderung menganut sistem pasar bebas. Di mana dalam pasar bebas ini, pelaku usaha dapat secara bebas memenuhi kebutuhan para konsumen dengan menghadirkan produk yang memiliki banyak ragam dengan kegunaan yang efisien. Pasar bebas tidak jarang menimbulkan perbuatan pelaku usaha yang kemudian menyebabkan struktur pasar yang cenderung oligopolistik maupun monopolistik. Kedua hal tersebut merupakan kondisi yang dapat digolongkan sebagai persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh para pelaku usaha.²

¹ Christin Octa Tiara, "Indikasi Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Aspek Tata Niaga Perdagangan Sapi Impor", Jurnal Masalah-masalah Hukum, Vol 46 No. 4, 2017.

² Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori Dan Praktiknya Di Indonesia*, Raja Grafindo Persada, 2012, h 12.

Terjadinya persaingan usaha tidak sehat dalam sebuah pasar didorong oleh keinginan para pelaku usaha untuk menguasai pasar dan menyingkirkan para pesaingnya. Tindakan yang dilakukan pelaku usaha untuk memperoleh kekuatan pasar guna merugikan para pesaingnya antara lain membuat rintangan perdagangan, menentukan atau mengatur harga barang yang beredar di pasar, mengadakan perjanjian dengan pelaku usaha lain dengan dalih menguasai pasar, mengatur jumlah barang yang beredar di pasar dan kegiatan lain yang berimplikasi pada persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Undang-undang No 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.³

Evolusi teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan berbagai fasilitas komunikasi dan semakin canggihnya produk teknologi yang kemudian mengakibatkan banyaknya perubahan bagi kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan dapat menjangkau segala hal tanpa adanya batasan negara. Melalui evolusi teknologi ini, internet menjadi hal yang populer dikalangan masyarakat.

Perkembangan teknologi inilah yang kemudian menciptakan berbagai jenis pelayanan baru salah satunya dalam hal transaksi jual beli. Dengan adanya internet sebagai salah satu wujud perkembangan teknologi digital, muncullah sebuah platform yang menghubungkan antara penjual dan pembeli secara daring tanpa harus bertatap muka secara langsung yaitu *e-commerce*. Di Indonesia sendiri platform *e-commerce* sangat digemari masyarakat karena

³ Rezmia Febrina, "Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predatory pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha", Jurnal Selat 2017.

harganya yang murah dan terdapat banyak pilihan barang yang dapat dibeli baik dari dalam negeri hingga luar negeri.

Elektronik commerce atau biasa disebut sebagai *e-commerce* merupakan tempat bertemunya konsumen, *servic provider* dan pedagang perantara secara online atau melalui jaringan internet untuk melakukan suatu kegiatan bisnis.⁴ Secara sederhana dapat diartikan bahwa *e-commerce* ialah suatu kegiatan jual beli atau perdagangan yang dilakukan melalui jaringan internet.

Berkaca pada data yang diperoleh melalui riset yang dilakukan oleh katadata, diketahui bahwa nilai transaksi masyarakat Indonesia melalui platform *e-commerce* mengalami peningkatan nominal transaksi *e-commerce* 29,6% dari Rp 205,5 triliun pada 2019 menjadi Rp 266,3 triliun. Hal ini didorong dengan adanya sistem pembayaran digitalisasi dan pandemi covid-19 yang tengah melanda Indonesia satu tahun belakangan.⁵

Dengan begitu banyaknya kesempatan transaksi dan pengguna internet, di Indonesia mulai lahir perusahaan sebagai pelaku usaha *e-commerce* yang saling bersaing satu sama lain. Beberapa pelaku usaha *e-commerce* yang cukup dikenal dan sering digunakan oleh masyarakat Indonesia diantaranya Shopee (PT Shopee *International* Indonesia), Tokopedia (PT Tokopedia), Lazada (PT Lazada Indonesia), Bukalapak (PT Bukalapak.com), dan Blibli.com (PT Global Niaga Indonesia).

⁴ Sutan Remy Shaydeini, "E-Commerce Tinjauan Dari Perspektif Hukum," *Majalah Hukum Bisnis* Vol.12 (2001): h.16.

⁵ Kata Data, 'Nilai Transaksi E-Commerce Mencapai Rp 266,3 Triliun Pada 2020' (2021) <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020#>>., diakses pada 5 September 2021.

Perkembangan platform *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Keberadaan promo diskon dan barang-barang murah yang ada di *e-commerce* mendorong masyarakat Indonesia untuk berbelanja secara daring.⁶ Pandemi covid-19 menjadi salah satu alasan masyarakat Indonesia lebih memilih berbelanja melalui *e-commerce*. Dengan adanya *e-commerce* masyarakat dapat dimudahkan dalam hal transaksi jual beli, pembeli dan penjual tidak perlu saling bertemu langsung sehingga dapat mengurangi penyebaran virus covid-19. Banyaknya pengguna *e-commerce* inilah yang kemudian menyebabkan para penyedia jasa layanan *e-commerce* berlomba-lomba untuk memberikan berbagai jenis pelayanan yang dapat menarik para pengguna jasanya.

Persaingan usaha yang dilakukan para pelaku usaha dalam platform *e-commerce* tak selamanya tergolong sehat. Ada beberapa tindakan para pelaku usaha yang tergolong dalam persaingan usaha tidak sehat yang menyebabkan terciptanya pasar tidak sehat pula. Terdapat asumsi yang menggolongkan adanya persaingan usaha yang kemudian mengakibatkan monopoli. Pertama, apabila pelaku usaha memiliki pengaruh dalam hal penetapan harga. Kedua, para pelaku usaha tidak merasa perlu untuk menyesuaikan dirinya terhadap para pesaingnya. Ketiga, terdapat *barrier to entry* bagi para pelaku usaha

⁶ Ahmad Firmansyah, "Kajian Kendala Implementasi E-Commerce Di Indonesia", Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi, 2018.

lainnya kedalam pasar yang sebelumnya telah dikuasai oleh pelaku usaha tertentu.⁷

Salah satu *e-commerce* yang tengah naik daun beberapa tahun ini ialah Shopee. Perusahaan asal Singapura ini mulai memasuki Indonesia pada tahun 2015. Berdasarkan data yang dihimpun oleh *databoks*, selama kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir Shopee berhasil menduduki peringkat pertama sebagai *e-commerce* dengan jumlah pengguna dan pengunjung terbanyak perbulannya mengalahkan pesaingnya seperti Tokopedia, Bukalapak dan Lazada. Selain itu Shopee juga menduduki posisi pertama sebagai *e-commerce* dengan jumlah unduhan aplikasi terbanyak pada *playstore* dan *appstore*.⁸ Hal ini semakin menguatkan Shopee sebagai penyedia jasa layanan *e-commerce* pertama di Indonesia.

Guna mempertahankan posisi dalam suatu pasar bersangkutan, pelaku usaha dituntut untuk terus memberikan inovasi-inovasi baru yang dapat menarik perhatian para konsumen. Apabila para pelaku usaha tidak melakukan sebuah inovasi yang membedakannya dengan pelaku usaha lain maka cepat atau lambat akan tertinggal atau bahkan ditinggalkan oleh para konsumen, sehingga konsumenlah yang memiliki peranan penting dalam hidup atau matinya suatu bisnis di *platform e-commerce*.⁹ Hal inilah yang kemudian mendasari perusahaan *e-commerce* untuk melakukan inovasi terbaiknya

⁷ Maya Meilia, "Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia Menurut Hukum Ekonomi Islam Dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", Jurnal Ekonomi Islam, 2017.

⁸ Databoks, "Shopee Jadi E-Commerce Paling Top dari Masa ke Masa", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/03/shopee-jadi-e-commerce-paling-top-dari-masa-ke-masa>, diakses pada 10 September 2021

⁹ Sentosa Sembiring, *Hukum Dagang*, Citra Aditya Bakti 2017, h 219.

untuk dapat memperoleh pengguna-pengguna baru dan mempertahankan para pengguna lama.

Perusahaan-perusahaan *e-commerce* akan berlomba-lomba untuk memberikan layanan terbaik kepada penggunanya. Salah satu layanan yang ditawarkan ialah pemberian subsidi biaya pengiriman dan adanya diskon besar-besaran pada waktu-waktu tertentu. Pemberian layanan ini tergantung pada seberapa besar keuangan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, jika perusahaan dengan skala besar tentunya dapat melakukan pemberian layanan ini dengan maksimal dan lebih baik daripada pelaku usaha lainnya. Perbuatan inilah yang kemudian dapat memicu terjadinya persaingan usaha tidak sehat, khususnya dalam hal *predatory pricing*.¹⁰

Predatory pricing dapat diartikan sebagai suatu tindakan pelaku usaha yang menjual produk atau jasanya dibawah harga pasar dan biaya produksi.¹¹ Perbuatan ini dilarang dilakukan apabila pelaku usaha bertujuan untuk menyingkirkan pelaku usaha lainnya dan menciptakan hambatan-hambatan baru bagi pelaku usaha lain untuk memasuki pasar tersebut. Pada dasarnya praktek persaingan usaha pada *e-commerce* sangat memungkinkan untuk terjadi. Salah satunya ialah dalam hal pemberian layanan subsidi biaya pengiriman oleh perusahaan *e-commerce*. Perusahaan *e-commerce* dengan skala besar akan mampu memberikan subsidi dengan jumlah besar pula, hal ini akan memacu perusahaan lain untuk melakukan hal serupa. Namun

¹⁰ Adis Nurhayati, "Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-commerce Di Indonesia", Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Volume 21, 2021.

¹¹ I Dewa Gede Riski Mada, "Praktek Jual Rugi (*Predatory pricing*) Pelaku Usaha Dalam Prespektif Hukum Persaingan Usaha", Jurnal Kertha Semaya, Vol 1, 2018.

perusahaan-perusahaan kecil akan kesulitan dalam memberikan subsidi, sehingga secara perlahan akan keluar dari pasar karena tidak dapat bersaing dengan perusahaan skala besar. Tarif subsidi inilah yang kemudian dapat menjadikan hambatan baru bagi pelaku usaha baru yang ingin memasuki pasar tersebut.

Praktek persaingan usaha diatas perlu ditindak lanjuti, mengingat dalam Undang-undang No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang melarang para pelaku usaha untuk melakukan pemasokan atau penjualan barang dan atau jasa dengan melakukan jual rugi (*predatory pricing*) dengan tujuan untuk mematikan pelaku usaha lain atau pesaingnya sehingga akan menimbulkan praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Dugaan praktek *predatory pricing* online marketplace dalam perspektif hukum persaingan usaha.
2. Bentuk perlindungan hukum di Indonesia oleh KPPU dalam hal terdapat indikasi *predatory pricing*.

.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini :

1. Untuk menganalisis dugaan praktek *predatory pricing* online marketplace dalam perspektif hukum persaingan usaha.
2. Untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum di Indonesia oleh KPPU dalam hal terdapat indikasi *predatory pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Segi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang hukum persaingan usaha terutama dalam hal perbuatan *predatory pricing platform e-commerce* di Indonesia ditinjau berdasarkan UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

1.4.2 Segi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait *predatory pricing* yang dapat dilakukan oleh penyedia jasa layanan *e-commerce* yang masih terdapat kekosongan hukum di Indonesia. Dengan demikian, diharapkan pemerintah bersama pembentuk undang-undang dapat segera membentuk peraturan yang mengatur mengenai

jual beli pada *platform e-commerce*. Sehingga bentuk perlindungan hukum dapat diberikan kepada konsumen maupun pelaku usaha dalam melakukan jual beli pada *platform e-commerce*.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini ialah penelitian hukum. Menurut **Peter Mahmud Marzuki**, penelitian hukum diartikan sebagai suatu proses yang dilalui guna menemukan aturan hukum, prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum yang berguna dalam pemecahan isu-isu hukum.¹²

Dalam hal pemecahan isu hukum pada penelitian ini, tipe penelitian hukum yang digunakan ialah normatif/*doctrinal legal research*. Menurut **Soerjono Soekanto** penelitian normatif/*doctrinal legal research* merupakan penelitian yang menganalisis data sekunder berupa peraturan perundang-undangan, jurnal hukum, dan pendapat para ahli guna memecahkan isu hukum¹³ yang diangkat dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan *predatory pricing*.

¹² Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Predana Media Grup, 2016, h 35.

¹³ Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, 2001.

1.5.2 Pendekatan Penelitian

Dalam penulisan ini pembahasan permasalahan akan menggunakan bentuk pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), pendekatan perbandingan (*comparative approach*), dan pendekatan kasus (*case approach*).

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah semua perundang-undangan dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang diangkat pada penelitian ini¹⁴ yaitu berkaitan dengan *predatory pricing* dalam persaingan usaha tidak sehat.

Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) ialah sebuah pendekatan yang berdasar dari peraturan perundang-undangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.¹⁵ Pendekatan ini bertujuan untuk membangun argumentasi hukum untuk menyelesaikan isu hukum dalam penelitian ini.

Pendekatan perbandingan (*comparative approach*) yaitu suatu kegiatan untuk melakukan perbandingan hukum suatu negara dengan hukum negara lainnya. Selain itu perbandingan ini juga bertujuan untuk melakukan perbandingan atas suatu putusan pengadilan dengan putusan pengadilan lainnya.¹⁶

Pendekatan kasus (*case approach*) merupakan pendekatan yang menganalisis penerapan norma atau kaidah hukum dalam praktek hukum,

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Op.Cit.*, 136.

¹⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Op.Cit.*, 177-180.

¹⁶ *Ibid*, h 172

terutama berkaitan dengan perkara atau kasus yang telah diputus dan memiliki kekuatan hukum tetap (*inkrahct*). Selain itu, pendekatan ini dapat dilakukan untuk menganalisis hal-hal yang tidak diatur dalam undang-undang dengan merujuk pada fakta materiil seperti, orang, tempat, waktu, perbuatan, dan segala hal yang menyertainya.¹⁷

1.5.3 Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang memiliki sifat autoritatif yang berarti memiliki otoritas. Dalam penulisan ini bahan hukum primer yang digunakan berupa¹⁸ :

- a) Undang-undang No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
- b) Undang-undang No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan;
- c) Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
- d) Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik:

¹⁷ *Ibid*, h 158-164.

¹⁸ I Wayan Rideng, *Metode Penelitian Hukum Normatif*, Kertha Widya, 2013, h 136.

e) Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan lebih mendetail berkaitan dengan bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder dalam penulisan ini berupa buku-buku, makalah, jurnal hukum, skripsi hukum, serta bahan bacaan lainnya yang dianggap relevan dengan topik permasalahan yang sedang diteliti.¹⁹

1.5.4 Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Bahan hukum dalam penulisan ini berupa bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang diperoleh melalui kepustakaan (*library research*) maupun menggunakan media internet yang dikumpulkan dengan menggunakan metode inventarisasi. Selanjutnya bahan hukum tersebut diklasifikasikan dan diolah secara sistematis dengan menggunakan metode penelitian hukum. Bahan hukum yang telah terkumpul tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode normatif berdasarkan landasan-landasan hukum yang berlaku terkait dengan materi penulisan.

¹⁹ *Ibid*, h 136.

1.5.5 Analisis Bahan Hukum

Bahan hukum yang terkumpul baik primer maupun sekunder dikualifikasikan oleh penulis dengan menentukan fakta hukum dan aturan hukum berdasarkan rumusan masalah dengan menggunakan metode penelitian hukum. Kemudian dilakukan analisis aturan hukum yang berhubungan dengan fakta hukum yang telah ditemukan guna menjawab semua permasalahan dari rumusan masalah yang akan dibahas pada setiap babnya.

Guna pemecahan isu hukum, pada penelitian ini juga menggunakan metode deduksi. Metode tersebut digunakan dengan cara mengumpulkan premis-premis secara umum yang kemudian dilakukan penyimpulan yang bersifat secara khusus.²⁰

1.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan penelitian hukum ini akan disusun secara berurutan sesuai dengan materi pembahasan dan diuraikan secara garis besarnya yaitu terdiri dari 4 bab yang saling berkaitan antara bab satu dan lainnya.

Bab I merupakan bagian pendahuluan. Dalam bab berisikan pengantar sebelum menuju bab berikutnya yaitu pembahasan, yang menjelaskan mengenai penelitian hukum yang diteliti secara umum yang dapat dijadikan dasar bagi pemahaman dan pembahasan dalam bab-bab berikutnya.

²⁰ Imron Mustofa, "Jendela Logika Dalam Berfikir: Deduksi Dan Induksi Sebagai Dasar Penalaran Ilmiah", EL-BANAT: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam, Volume 6, 2016.

Bab II merupakan pembahasan dari rumusan masalah yang pertama, yang mana isinya membahas mengenai konsep praktek *predatory pricing*, pengertian, unsur, dan perbuatan *e-commerce* yang dapat memicu *predatory pricing*.

Bab III merupakan pembahasan dari rumusan masalah yang kedua yaitu mengenai tugas dan wewenang KPPU, pendekatan yuridis dan ekonomi, perbandingan komisi persaingan di Perancis, dan urgensi pembentukan ketentuan mengenai *e-commerce*.

Bab IV merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari pemecahan atas kedua rumusan masalah yang diteliti dalam penulisan skripsi ini.