



PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA UMKM TERHADAP PENYALAHGUNAAN POSISI DOMINAN PLATFORM DIGITAL : MARKETPLACE MELALUI PENETAPAN HARGA DAN PENGUASAAN PASAR

Tri Widya Kurniasari

FISIP/Universitas Malikussaleh triwidya@unimal.ac.id

Arif Rahman

Fakultas Hukum/Universitas Malikussaleh

arif@unimal.ac.id

Abstrak

Studi ini untuk mengetahui perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap penyalahgunaan posisi dominan platform digital : marketplace melalui penetapan harga dan penguasaan pasar. Dalam konteks digital market yang terbentuk saat ini, pelaku usaha tidak lagi hanya berperan dalam proses jual beli tapi sampai pada upaya membangun reputasi yang baik hingga memiliki basis pembeli yang loyal dengan digital branding. Para pelaku usaha UMKM dapat memperoleh banyak keuntungan dengan platform digital. Persoalan muncul ketika terjadi persaingan usaha tidak sehat akibat penyalahgunaan posisi dominan platform digital oleh pelaku usaha atas pelaku usaha lainnya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang permasalahan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu kepastian hukum dalam perlindungan preventif dan represif. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian hukum normatif (legal research) untuk menemukan apakah ada hak pelaku usaha dalam platform digital di Indonesia telah diakomodir oleh Undang-Undang Persaingan Usaha. Perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap penyalahgunaan posisi dominan platform digital : marketplace telah diakomodir oleh negara melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal 5 hingga Pasal 8 dan Pasal 19 huruf b telah secara tegas melarang hal tersebut sebagai langkah preventif dan mengatur sanksi secara administrasi dan pidana sebagai langkah represif. Artinya, secara perangkat hukum negara telah melindungi warga negaranya yang menjadi pelaku usaha. Hanya yang masih selalu terjadi adalah penegakkannya, baik pada proses persidangan maupun pelaksanaan sanksi oleh pelaku usaha yang dinyatakan bersalah berdasarkan Putusan KPPU.

Kata kunci : Perlindungan Hukum, Pelaku Usaha UMKM, Posisi Dominan, Penetapan Harga, Penguasaan Pasar



PENDAHULUAN

Dunia saat ini telah memasuki era digital, yaitu era dimana hampir seluruh aktifitas kehidupan dilakukan secara online (daring). Pandemi Covid-19 yang baru saja dilalui menjadi salah satu katalisator (yaitu : sesuatu yang mempercepat suatu peristiwa) dan telah merubah segala bentuk perilaku masyarakat di seluruh dunia. Pembatasan ruang gerak dalam berbagai sektor, terutama sektor ekonomi, mengakibatkan peningkatan jumlah konsumen digital yang mencapai 21 juta sejak Januari 2021. Peningkatan ini didukung oleh layanan digital yang lebih memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi secara online. Pelaku usaha pun mulai meningkatkan penjualannya melalui marketplace platform, bahkan menggunakan layanan keuangan digital dalam transaksi serta memanfaatkan media sosial untuk promosi usaha. Intinya, sejak Pandemi Covid-19 terjadi peningkatan digitalisasi usaha dan gaya hidup dari konsumen.

Di era digital sekarang ini, definisi pelaku usaha harus diubah sehingga tidak terlalu sempit. Saat ini pengertian yang menjadi rujukan hanya berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang masih terlalu sempit ruang lingkup aktifitasnya. Menurut pasal tersebut 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. Dalam konteks



digital market yang terbentuk saat ini, pelaku usaha tidak lagi hanya berperan dalam proses jual beli tapi sampai pada upaya membangun reputasi yang baik hingga memiliki basis pembeli yang loyal dengan digital branding. Artinya, pelaku usaha harus bisa mendefinisikan pasar bersangkutan tidak hanya mempertimbangkan online monetary transaction (transaksi yang dilakukan secara online lewat perantara internet), tetapi juga data flows (komponen-komponen sebuah sistem, aliran-aliran data diantara komponen-komponen tersebut, asal, tujuan dan penyimpanan dari data tersebut) yang terjadi. Dalam hal ini sistem yang dimaksud adalah digital market.

Pada dasarnya percepatan ini sebagai akibat melemahnya kekuatan ekonomi di hampir semua sub sektor. Seperti misalnya industri pangan, sandang, pariwisata, transportasi, hingga otomotif. Maraknya PHK di masa pandemi juga menjadi salah satu faktor melemahnya kekuatan ekonomi akibat banyak orang yang kehilangan penghasilan. Salah satu alternatif solusi untuk mengubah situasi itu adalah dengan melakukan transformasi digital. Pilihan untuk melakukan proses tersebut karena transformasi digital adalah salah satu yang harus dilakukan untuk keluar dari krisis ekonomi.

Harus ada suatu cara untuk kembali menggerakkan pertumbuhan ekonomi yang sempat terhenti oleh pandemi. Transformasi digital dinilai berhasil dilihat dari lonjakan penggunaan internet selama pandemi. Bahkan untuk beberapa aplikasi online, seperti aplikasi belajar, bekerja, dan kesehatan naik hingga 443%, ritel online naik 400%, dan penggunaan televisi naik 80% sejak diterapkan PSBB.



Data terakhir dari KemenkopUKM per Juni 2022, sudah 19,5 juta pelaku UMKM atau sebesar 30,4 persen dari total UMKM telah hadir pada platform ecommerce. Peningkatan jumlah UMKM bertransformasi digital merupakan fondasi bagi Indonesia untuk mengoptimalkan potensi ekonomi digitalnya. Munculnya platform digital telah membuat harga menjadi transparan diantara para pesaing pasar. Data dan algoritma memungkinkan perusahaan untuk memprediksi tren pasar, memetakan konsumen, dan menyesuaikan strategi penetapan harga.

Para pelaku usaha UMKM dapat memperoleh banyak keuntungan dengan platform digital. Dalam merespon tekanan-tekanan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, menyadarkan pelaku usaha kecil untuk menggunakan platform digital untuk meleverage usaha yang dimilikinya. Beberapa keuntungan dimaksud adalah menjangkau pasar yang luas. Semua orang di dunia dapat mengakses produk dari UMKM tersebut, memangkas biaya karena bisnis online dapat memangkas banyak jenis pengeluaran seperti sewa tempat dan lainnya, tidak harus ada lokasi karena transaksi dilakukan secara digital, maka UMKM bebas untuk menentukan lokasi bisnis dan potensi pendapatan semakin tidak terbatas. Namun demikian, bukan berarti transformasi digital ini tidak menimbulkan dampak negatif di masyarakat.

Berbagai manfaat dan hal baik dalam transformasi digital di sektor ekonomi ternyata membuka ruang masalah baru. Persoalan muncul ketika terjadi persaingan usaha tidak sehat akibat penyalahgunaan posisi dominan platform digital oleh pelaku usaha atas pelaku usaha lainnya. Antara lain, diskriminasi terhadap pesaing di tingkat retail, perjanjian eksklusif dengan konsumen, kebijakan jual rugi yang



dapat mengakibatkan pesaing di pasar hulu/hilir tidak dapat bersaing sehingga keluar dari pasar. Bahkan dapat juga terjadi kemungkinan kartel.

Dalam posisi dominan, pelaku usaha diasumsikan memiliki market power yang cukup signifikan. Akses dan penguasaan pelaku usaha terhadap data konsumen memiliki peranan besar dalam memberikan market power kepada platform digital. Market power yang dimiliki platform digital semakin besar dengan adanya pengembangan bisnis secara vertikal ke pasar hulu dan hilir. Pengembangan bisnis ini meningkatkan kapasitas platform digital untuk mengumpulkan lebih banyak data, meningkatkan daya saing, serta menjadi pemilik toko online sekaligus pengguna aplikasi. Pada tahap inilah pelaku usaha dapat menyalahgunakan posisi dominan yang dimilikinya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap penyalahgunaan posisi dominan platform digital : marketplace melalui penetapan harga dan penguasaan pasar. Perlindungan hukum bagi pelaku usaha ditinjau dari prinsip kepastian hukum dalam UndangUndang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dapat dilihat dalam dua hal, yaitu kepastian hukum dalam perlindungan preventif dan kepastian hukum dalam perlindungan represif.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yang dipakai sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai permasalahan terkait



dengan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha ditinjau dari prinsip kepastian hukum dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dapat dilihat dalam dua hal, yaitu kepastian hukum dalam perlindungan preventif dan kepastian hukum dalam perlindungan represif. Dalam jenis penelitian kualitatif proses analisa data dilakukan dengan melakukan verifikasi data. Hasil temuan dari studi pustaka diverifikasi dengan hasil temuan dua tahap penelitian lainnya dan analisa kemudian diarahkan untuk melihat kesenjangan antara data-data yang ada.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian hukum normatif (legal research). Pendekatan penelitian hukum normatif dilakukan untuk menemukan apakah ada hak pelaku usaha dalam platform digital di Indonesia telah diakomodir, dalam Undang-Undang Persaingan Usaha di Indonesia yang berlaku saat ini. Penelitian ini sendiri bersifat deskriptif analisis yaitu penelitian yang menghasilkan data yang deskriptif analisis dengan metode yang dipakai untuk menggambarkan suatu kondisi dan keadaan yang berlangsung supaya objek penelitiannya berdasarkan teori hukum atau peraturan perundangundangan yang berlaku.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Platform dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti sebuah program, rencana kerja, sebuah pernyataan dari kelompok partai tentang program kebijakan, atau berarti mimbar, pentas atau panggung. Beberapa waktu belakangan ini arti



kata platform lebih mengarah pada dunia digital. Oleh sebab itu maka dapat diartikan secara singkat bahwa platform adalah sebuah wadah digital yang banyak dipakai manusia untuk beragam keperluan.

Platform digital adalah salah satu hasil teknologi yang paling dikenal saat ini. Hal ini seiring dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna smartphone sehingga dengan serta merta meningkatkan trafik pada dunia maya. Kondisi ini kemudian dimanfaatkan oleh para pencari rupiah dari internet untuk membuat platform-platform baru. Dari seluruh jenis platform yang ada saat ini maka yang paling berkembang adalah marketplace yaitu platform jual beli yang mempertemukan pedagang dan pembeli secara online. Contoh marketplace adalah shopee, lazada, bukalapak dan tokopedia.

Pada dasarnya, platform digital merupakan gabungan perangkat lunak dan keras yang digunakan sebagai tempat bertemunya banyak orang dalam satu wadah atau tempat khusus. Perangkat lunak yang dimaksud berupa aplikasi digital yang dibuat dengan sistem khusus sesuai dengan tujuannya. Platform sendiri merupakan sistem operasi komputer yang memiliki kode rancangan tertentu sesuai fungsinya. Agar dapat lebih mudah dipahami, platform digital adalah sarana atau infrastruktur untuk menggunakan aplikasi dimana aplikasi itu sendiri merupakan salah satu hal yang mengisi platform digital. Dengan kata lain aplikasi adalah isi dari platform digital.

Dilihat dari jenis perangkat penggunanya (manufaktur) maka platform digital dibedakan menjadi 2 (dua) jenis secara umum :



1. Platform satu manufaktur, yaitu sebuah bahasa pemrograman yang khusus dipakai untuk perangkat yang sama, tidak bisa digunakan untuk perangkat jenis lainnya. Contoh platform satu manufaktur ini adalah iphone dan blackberry. Selain kedua merk tersebut, maka platform ini tidak bisa dipakai.
2. Platform lintas manufaktur, yaitu kebalikan dari satu manufaktur. Jenis platform ini dapat digunakan untuk banyak perangkat berbeda. Contoh platform lintas manufaktur adalah java. Platform java bisa dipakai mulai dari perangkat PC hingga aneka merek smartphone sekalipun. Dalam perkembangan penggunaan platform digital di dunia bisnis, para pelaku usaha merupakan pihak yang paling diuntungkan. Terutama pelaku usaha di sektor UMKM yang masih mengalami keterbatasan dana pemasaran. Memanfaatkan platform digital melalui berbagai aplikasi di dalamnya menjadi pilihan terbaik yang menolong usaha mereka dalam pemasaran. Tidak hanya dalam meningkatkan kualitas produk seperti kemasan (packaging) dan inovasi produk namun juga memperluas pemasaran melalui promosi dan jaringan (network).

Dunia usaha adalah dunia yang penuh dengan tekanan kompetitif. Mayoritas pelaku usaha UMKM saat ini memilih untuk menggunakan platform digital untuk meningkatkan nilai usaha mereka. Dalam dunia usaha, platform digital adalah teknologi yang memungkinkan suatu usaha dapat menyeragamkan, mengedit, dan mendistribusikan data pada skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Platform digital dengan demikian mengubah cara perusahaan membangun keunggulan kompetitif. Bahkan, platform digital memainkan peran sentral dalam proposisi nilai



banyak perusahaan dengan memungkinkan mereka untuk meningkatkan manajemen informasi.

Konsep “marketplace” yang merupakan platform digital jual beli, meskipun hanya secara virtual mempertemukan penawaran dan permintaan (supply and demand), namun secara tidak langsung menciptakan suatu kompetisi berbagai penyedia layanan sebagai akibat adanya tekanan pasar. Atau dapat disebut juga bahwa platform digital mulai menggeser operasional pasar riil dengan operasional “marketplace” serta “e-commerce” yang menggunakan sistem algoritma terkontrol. Persoalannya sekarang adalah bagaimana bila terjadi penyalahgunaan posisi dominan platform digital sedangkan perangkat hukum yang ada saat ini belum menjamin kepastian hukum atas investasi dan transaksi melalui platform digital? Hal ini dapat menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat akibat penyalahgunaan posisi dominan tersebut.

Beberapa bentuk kegiatan yang mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat atas penyalahgunaan posisi dominan platform digital oleh pelaku usaha atas pelaku usaha lainnya terjadi tanpa disadari. Antara lain, diskriminasi terhadap pesaing di tingkat retail, perjanjian eksklusif dengan konsumen, kebijakan jual rugi yang dapat mengakibatkan pesaing di pasar hulu/hilir tidak dapat bersaing sehingga keluar dari pasar. Bahkan dapat juga terjadi kemungkinan kartel.

Marketplace adalah situs/web milik pihak ketiga yang menyediakan berbagai macam kategori produk dari banyak penjual. Tujuan mereka berada di platform digital itu sama, yaitu menjual produk kepada pelanggan. Contoh beberapa aplikasi



pada marketplace, seperti misalnya Amazon, Ebay, Tokopedia, Shopee, dan masih banyak lagi. Beberapa keuntungan yang menjadi alasan para penjual memilih menjual produknya di platform digital marketplace antara lain adalah menghemat biaya karena aplikasi jualan online telah tersedia serta dapat menghemat waktu dan tenaga dengan langsung membuka toko online. Selain itu penjual juga tidak perlu susah payah membangun branding sebab saat ini sudah banyak aplikasi dalam marketplace yang cukup dikenal oleh pelanggan karena reputasi yang bagus sehingga penjual dapat memanfaatkan loyalitas pelanggan melalui pengakuan dan kepercayaan mereka terhadap aplikasi tersebut.

Berbagai kemudahan yang bisa dimanfaatkan oleh penjual dalam marketplace bukan tanpa kekurangan. Beberapa kendala juga dihadapi dalam proses jual beli online. Menjual produk di marketplace para penjual cenderung mengalami kesulitan berkomunikasi dengan pembeli. Hal ini dengan serta merta menjadi penghalang mereka dalam membentuk loyalitas pembeli menjadi pelanggan produk milik mereka. Penjual hanya dapat melakukan promosi sebatas bertukar pesan pada pembeli/pelanggan terkait produk yang mereka tawarkan atau sebatas mengunggah (upload) konten penawaran melalui fitur feed yang disediakan. Satu-satunya media komunikasi pada marketplace yang disediakan hanya fitur pesan.

Dari berbagai kelebihan dan kekurangan yang dimiliki platform digital marketplace, ada satu hal yang tanpa disadari menciptakan persaingan usaha tidak sehat. Platform jual beli online yang terdiri dari banyak penjual ini memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi karena banyak sekali toko online lain yang menjual produk serupa. Mereka juga menawarkan produk tersebut dengan berbagai



kelebihan dan keunggulannya masing-masing sehingga memberi lebih banyak pilihan. Berbagai strategi pemasaran untuk mempengaruhi pembeli pun dilakukan, meskipun ada kalanya dengan jalan yang tidak beretika. Menghadapi besarnya kemungkinan terjadinya persoalan dalam persaingan usaha di antara sesama pelaku usaha pada platform digital tersebut, maka para pelaku usaha juga perlu mengetahui instrumen hukum yang dapat menjamin hak mereka dalam dunia usaha, terutama bagi pelaku usaha di sektor UMKM.

Persaingan usaha tidak sehat akibat penyalahgunaan posisi dominan platform digital oleh pelaku usaha atas pelaku usaha lainnya, antara lain terjadinya diskriminasi terhadap pesaing di tingkat retail, perjanjian eksklusif dengan konsumen, kebijakan jual rugi yang dapat mengakibatkan pesaing di pasar hulu/hilir tidak dapat bersaing sehingga keluar dari pasar. Bahkan dapat juga terjadi kemungkinan kartel.

Diskriminasi terhadap pesaing di tingkat retail umumnya dilakukan oleh retail besar melalui penetapan harga. Ada tiga jenis penetapan harga yang dapat menciptakan persaingan usaha tidak sehat, yaitu penguasaan pasar, penetapan harga predator dan penetapan harga horizontal. Penguasaan pasar adalah tindakan atau upaya pelaku usaha atau beberapa pelaku usaha untuk mempertahankan atau meningkatkan posisi monopoli atau posisi dominan di suatu pasar bersangkutan. Penetapan harga predator dilakukan oleh perusahaan yang mendominasi pasar dengan cara membebankan harga di bawah biaya untuk beberapa barang dan area untuk menyingkirkan satu atau lebih perusahaan pesaing. Adapun penetapan harga



horizontal adalah perjanjian antara retail yang saling bersaing secara langsung untuk memiliki harga yang sama

Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa yang disebut Posisi Dominan adalah di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu. Posisi dominan tidaklah dilarang dalam dunia usaha, hanya saja pelaku usaha yang memiliki posisi dominan bisa mengakibatkan terjadinya perilaku yang dilarang oleh undang-undang karena dapat menimbulkan perilaku lainnya yang bersifat negatif dalam dunia usaha. Dampak itu tidak hanya merugikan konsumen namun juga pelaku usaha lainnya. Lebih parahnya lagi, dampak itu masiv dan sulit terdeteksi sejak dini. Kemampuan platform digital memungkinkan perusahaan/organisasi untuk memanfaatkan sumber daya eksternal untuk keuntungan kompetitif. Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh pelaku usaha “besar” untuk memanfaatkan posisi dominannya melalui salah satunya, yaitu penetapan harga.

Penetapan harga dalam marketplace yang mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dapat dilihat misalnya pada beberapa toko online yang menjual produk yang sama namun dengan harga yang jauh lebih rendah dari pelaku usaha pesaingnya (kompetitor). Penetapan harga dengan metode ini biasanya dilakukan dengan menawarkan harga jauh lebih rendah dari pesaing dengan menghitung



kapasitas atau kemampuan pesaing supaya tidak mampu mengikuti penetapan harga yang diputuskan sehingga pesaing akan kalah atau mundur dalam mengikuti harga yang ditetapkan oleh pengusaha. Penetapan harga yang lebih murah bertujuan agar konsumen beralih membeli produk barang atau jasa pada pelaku usaha yang mampu menawarkan harga rendah sehingga menambah jumlah langganan. Besar kecilnya jumlah pelanggan pada sebuah toko online adalah faktor utama untuk membangun citra (image) sehingga dapat menaikkan peringkat toko marketplace.

Salah satu contoh penetapan harga dengan metode predator (*predatory pricing*) adalah yang pernah dilakukan oleh perusahaan Amazon pada tahun 2013. Amazon menjual buku dengan harga jauh lebih murah dibanding harga biaya dan memberikan promosi secara gratis untuk pengiriman dengan tujuan menarik perhatian konsumen dan memenangkan penjualan dari kompetitornya. Atau yang dilakukan oleh maskapai penerbangan Air Asia di tahun 2014 yang menetapkan harga tiket jauh lebih murah dibanding maskapai lainnya untuk menarik perhatian konsumen sehingga lebih memilih untuk menggunakan Air Asia dibanding maskapai lainnya demi mendongkrak volume penjualan. Kompetitor keduanya tentu saja merupakan perusahaan-perusahaan yang tak kalah besar dan kuat secara finansial. Maka dapat kita perhitungkan apa yang akan terjadi bila *predatory pricing* akibat posisi dominan terjadi pada level pelaku usaha UMKM.

Salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh pelaku usaha adalah mendapatkan keuntungan/laba dalam menjual produk barang/jasa. Harga merupakan komponen penting yang berpengaruh terhadap laba/keuntungan. Naamun tidak dapat diabaikan bahwa harga sebuah produk juga merupakan faktor pertimbangan bagi



konsumen sebelum membeli barang/jasa. Oleh sebab itu, penetapan harga dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal antara lain seperti biaya produksi dan metode penetapan harga. Sedangkan faktor eksternal seperti volume permintaan dan tingkat persaingan.

Proses penetapan harga yang dilakukan oleh pelaku usaha tidak boleh melanggar peraturan perundang-undangan. Beberapa larangan mengenai penetapan harga antara lain:

1. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama (Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Persaingan Usaha);
2. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama (Pasal 6 Undang-Undang Persaingan Usaha);
3. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat (Pasal 7 Undang-Undang Persaingan Usaha);
4. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat (Pasal 8 Undang-Undang Persaingan Usaha).

Keempat pasal dalam Undang-Undang Persaingan Usaha tersebut



melarang penetapan harga secara predator dan horizontal. Secara umum kedua metode penetapan harga tersebut terjadi bila suatu perusahaan yang memiliki posisi dominan melakukan penetapan harga yang berbeda untuk barang dan jasa yang sama dengan kualitas dan kuantitas yang sama pada pembeli yang berbeda. Sedangkan penetapan harga secara vertikal yang juga dilarang oleh undang-undang diatur dalam Pasal 19 huruf b Undang-Undang Persaingan Usaha, yaitu pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya. Ketiga metode penetapan harga tersebut hanya bisa terjadi bila seorang pelaku usaha memiliki posisi dominan dan berakibat merugikan pelaku usaha lain atau konsumen. Hal ini merujuk juga pada Persetujuan UNCTAD (United Nation Conference on Trade and Development) tahun 1994 yang menyatakan bahwa diskriminasi harga dalam hubungan vertikal hanya dilarang jika merupakan penyalahgunaan posisi dominan di pasar.

Penetapan harga bagaimanapun menjadi ilegal apabila dilakukan dengan sengaja dan berlangsung melalui komunikasi lisan ataupun perjanjian tertulis antara perusahaan atau antara individu. Penetapan harga adalah bentuk perbuatan anti persaingan usaha sehat yang sulit untuk dibuktikan karena pelaku usaha umumnya tidak secara tegas dan jelas dalam melakukan penetapan harga. Apabila ada dua atau lebih pelaku usaha yang saling bersaing kemudian mengadakan perjanjian untuk menetapkan harga jual dari produk barang atau jasanya dan mengakibatkan



terganggunya perdagangan bahkan sampai merugikan konsumen, meskipun harga yang ditetapkan masih dalam taraf harga yang wajar tetap merupakan sebuah pelanggaran.

Ada dua pendekatan utama yang digunakan untuk mengetahui apakah pelaku usaha terindikasi melanggar persaingan usaha atau tidak dalam pemenuhan unsur-unsur yang diatur oleh pasal-pasal dalam Undang-Undang Persaingan Usaha. Yang pertama adalah pendekatan per se illegal, yaitu suatu pendekatan yang menyatakan suatu perjanjian atau kegiatan tertentu sebagai perbuatan yang dilarang tanpa dibuktikan lebih lanjut dampak yang ditimbulkan oleh perjanjian atau kegiatan tersebut. Yang kedua adalah rule of reason yang merupakan suatu pendekatan untuk membuat evaluasi mengenai akibat suatu perjanjian atau kegiatan tertentu, apakah telah menimbulkan akibat yang disebutkan oleh

Undang-Undang Persaingan Sehat.

Penetapan harga dengan metode predatory pricing dan penetapan harga secara horizontal yang dilarang dalam Pasal 5 hingga Pasal 8 Undang-Undang Persaingan Usaha harus dibuktikan dengan per se illegal. Hanya saja meskipun pendekatan per se illegal memiliki satu keunggulan yaitu dapat memastikan apakah suatu tindakan telah melanggar undang-undang atau tidak, namun sebaliknya tidak dapat memastikan akurasi apakah tindakan tersebut telah menghambat persaingan sesama pelaku usaha sekaligus merugikan konsumen. Pendekatan per se illegal juga sulit untuk membuktikan ada tidaknya suatu perjanjian/kesepakatan para pelaku usaha. Perilaku usaha yang dapat dideteksi dengan pendekatan per se illegal adalah perilaku-perilaku dalam dunia usaha yang nyaris selalu bersifat anti persaingan dan



tidak memiliki manfaat sosial. Penerapan pendekatan per se illegal dapat kita identifikasi biasa digunakan dalam pasal-pasal yang menyatakan istilah “dilarang”, tanpa ada anak kalimat “yang dapat mengakibatkan”.

Penguasaan pasar (melalui penetapan harga secara vertikal) seperti Pasal 19 huruf b sebaliknya harus dibuktikan dengan pendekatan rule of reason. Dalam pendekatan rule of reason, pencari fakta harus mempertimbangkan dan menentukan apakah perbuatan tersebut menghambat persaingan dengan menunjukkan akibatnya terhadap pelaku usaha lain atau terhadap perekonomian umum. Rumusan undang-undang yang biasa dipakai dalam pendekatan ini biasanya terkandung pernyataan “yang dapat mengakibatkan”, dan atau “patut diduga”. Dalam pendekatan rule of reason, penekanan utamanya pada akibat tindakan usaha (persaingan) terhadap pelaku usaha lain dan terhadap perekonomian nasional. Dalam menyelesaikan kasus persaingan usaha dengan menggunakan pendekatan rule of reason, petugas yang berwenang menggunakan analisis ekonomi guna mengetahui dengan pasti, apakah tindakan pelaku usaha tertentu memiliki implikasi negatif atas persaingan usaha dan perlindungan konsumen. Kelemahan menggunakan pendekatan ini adalah pada kemampuan hakim dan pihak berwenang lainnya dalam bidang ekonomi yang cukup kompleks persoalannya. Keterbatasan pemahaman dalam bidang ekonomi menyebabkan ketidakmampuan untuk memahami, agar dapat mengambil keputusan yang dalam menangani perkara persaingan usaha.

Persaingan usaha saat ini telah dibangun tidak hanya dalam pasar riil namun juga dalam dunia maya melalui platform digital. Berbagai produk barang dan jasa diperjualbelikan melampaui segala batas yang selama ini ada termasuk melampaui



batas wilayah suatu negara. Para pelaku usaha dapat melakukan perdagangan antar negara tanpa harus membuat tempat usaha di negara lain. Kondisi ini selain menggembirakan karena dapat memperkuat perekonomian negara namun juga memberi pekerjaan rumah baru bagi pemerintah dan penegak hukum untuk dapat menciptakan persaingan usaha yang sehat, terutama bagi pelaku usaha UMKM.

Posisi dominan tidak menjadi hambatan bagi pelaku usaha selama dia tidak melakukan berbagai bentuk perjanjian dan kegiatan yang dilarang oleh Undang-Undang Persaingan Usaha. Merujuk pada ketentuan soal laranganlarangan dalam tersebut, maka tidak ada ketentuan yang melarang pelaku usaha menetapkan harga tinggi jika tidak melanggar larangan-larangan tersebut. Artinya, sepanjang tidak menjadi barrier to entry bagi pelaku usaha lain dan merugikan konsumen maka penetapan harga oleh pelaku usaha yang memiliki posisi dominan tidak dilarang. Sebaliknya meskipun dijual dengan harga rendah namun mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat bagi pelaku usaha lainnya, maka hal tersebut dilarang karena melanggar Undang-Undang Persaingan Usaha.

Menggunakan platform digital sebagai salah satu media jual beli menuntut semua pelaku usaha, terutama di sektor UMKM, untuk memahami pentingnya pengetahuan tentang hukum. Tidak hanya melindungi hak mereka sebagai sesame competitor sehingga dapat bersaing secara sehat namun juga dapat melindungi Hak atas Kekayaan Intelektual terhadap produk hasil karya mereka. Bagaiman ide dasar sebuah produk lahir, bagaimana proses produksi dan pemasarannya termasuk konsep promosi yang menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan harga dapat dilindungi oleh hukum. Pelaku usaha perlu mengetahui instrument hukum apa



saja yang bisa melindungi usaha mereka hingga mereka dapat lebih berhati-hati memanfaatkan berbagai media untuk melakukan perdagangan.

Undang-Undang Persaingan Usaha telah mengatur berbagai bentuk perjanjian dan kegiatan yang dilarang sebagai acuan pelaku usaha dalam menjalankan aktifitas usahanya. Segala bentuk jejak digital yang terjadi di dunia maya antara dapat menjadi bukti apakah telah terjadi pelanggaran undang-undang atau tidak. Tentu saja hal tersebut dapat teridentifikasi melalui proses pendekatan *per se illegal* atau *rule of reason* yang dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang dibentuk berdasarkan Pasal 30 Undang-Undang Persaingan Usaha.

Undang-Undang Persaingan Usaha membekali pasal-pasal sanksi yang dapat diberikan kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar undang-undang akibat adanya posisi dominan. Sanksi tersebut tidak hanya pada sanksi administrasi saja namun juga sanksi pidana, baik pidana pokok maupun pidana tambahan.

Berbeda dengan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dimana sanksi pidana pokok yang dijatuhkan kepada pelaku kejahatan adalah sanksi yang bersifat fisik, dalam Undang-Undang Persaingan Usaha sanksi pidana pokok berupa denda dan pidana kurungan (fisik) sebagai pengganti denda. Sedangkan pidana tambahan berupa pencabutan izin usaha, larangan menjabat posisi tertentu dalam suatu perusahaan hingga penghentian aktifitas usaha yang dapat menimbulkan kerugian pihak lain, baik pelaku usaha lain maupun konsumen.

Pelaku usaha harus jeli mencermati segala bentuk perubahan yang terjadi dalam melakukan jual beli melalui platform digital marketplace. Penguasaan teknologi



dan kemajuan di bidang tersebut seringkali tidak berjalan beriringan. Teknologi sudah mengalami kemajuan dengan adanya berbagai inovasi sementara pelaku usaha selaku pengguna (user) masih berkuat pada teknologi lama. Celah inilah yang seringkali dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang memiliki posisi dominan untuk melakukan penyalahgunaan posisinya tersebut. Oleh sebab itu, penguasaan teknologi juga menjadi faktor pendukung dalam mekanisme

perlindungan hak pelaku usaha dalam berbisnis melalui platform digital.

KESIMPULAN

Dunia usaha saat ini telah menembus batas wilayah suatu negara melalui penggunaan platform digital sebagai salah satu media perantaranya. Proses jual beli telah bergeser dari pasar riil ke pasar online. Bagi pelaku usaha di sector UMKM maka penggunaan platform digital marketplace sangat membantu, terutama dalam hal biaya operasional. Misalnya dalam hal promosi dan tenaga kerja. Mereka juga dapat menghemat waktu untuk proses transaksi keuangan melalui aplikasi keuangan dalam platform digital tersebut. Namun ternyata kendala yang dihadapi tidak berbeda dengan pasar riil, yaitu persaingan usaha yang tidak sehat. Hal ini umumnya dilakukan oleh pelaku usaha yang memiliki posisi dominan.

Perlindungan hukum bagi pelaku usaha terhadap penyalahgunaan posisi dominan platform digital : marketplace telah diakomodir oleh negara melalui instrumen hukum yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal 5 hingga Pasal 8 dan Pasal 19 huruf b telah secara tegas melarang hal tersebut sebagai langkah preventif



dan mengatur sanksi secara administrasi dan pidana sebagai langkah represif. Artinya, secara perangkat hukum negara telah melindungi warga negaranya yang menjadi pelaku usaha. Hanya persoalan klasik yang masih selalu terjadi adalah penegakkannya, baik pada proses persidangan maupun pelaksanaan sanksi oleh pelaku usaha yang dinyatakan bersalah berdasarkan Putusan KPPU.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Amirudin, Pengantar Metode Penelitian Hukum, 2012, Jakarta, Raja Grafindo Persada.

Andi Fahmi Lubis dan Ningrum Natasya Sirait (Edit.), Hukum Persaingan Usaha (Jakarta: KPPU, 2009).

Anggraini, A. M. Tri, Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat: Per se Illegal atau Rule of Reason, Program Pascasarjana FH-UI, Jakarta, 2003.

Cenamor, J., Rönnerberg Sjödin, D., & Parida, V. (2017). Adopting a platform approach in servitization : Leveraging the value of digitalization, *International Journal of Production Economics*, Vol.192.

Dewi Meryanti, Praktek Monopoli dalam Industri Air Bersih di Pulau Batam di Tinjau dari Hukum Persaingan Usaha (Studi Kasus Perkara No. 11/KPPU I/2008 Tentang Praktek Monopoli oleh PT. Adhy Tirta Batam), Tesis, Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2012, Jakarta.

Dina Mellita dan Andrian Noviardy, Universitas Bina Darma (2021), Pemanfaatan Platform Ekonomi Secara Digital Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Palembang Selama Masa Pandemi Covid-19 *Journal Management, Business, and Accounting* p-ISSN 2086-5090, e-ISSN: 2655-8262, Vol. 20, No. 3, 265-274, Desember 2021, <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/mbia/article/view/1617/855>.

Sebastian Pompe dkk. (Edit.), Ikhtisar Ketentuan Hukum Persaingan Usaha (Jakarta: The Indonesia Netherlands National Legal Reform, 2010).

Sirait, N.N., et al. (2010). Ikhtisar Ketentuan Hukum Persaingan Usaha. Jakarta: The Indonesia Netherlands National Legal Reform Program (NLRP).



Li, W., Liu, K., Belitski, M., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2016). e-Leadership through strategic alignment: An empirical study of small- and medium sized enterprises in the digital age. *Journal of Information Technology*, 31(2), 185–206. <https://doi.org/10.1057/jit.2016.10>

Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat **Internet**

<https://aptika.kominfo.go.id/2020/09/transformasi-digital-jadi-solusi-tingkatkankembali-perekonomian/>

<https://www.cips-indonesia.org/post/opini-potensi-ekonomi-digital-2022-belajardari-pertumbuhan-2021?lang=id>

<https://jdih.banyuwangikab.go.id/berita/detail/ini-potensi-pelanggaran-persainganusaha-di-era-digital>

<https://jurnal.kppu.go.id/index.php/official/article/view/23/18>

<https://kbbi.web.id/platform>

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5036387/95-juta-umkm-sudah-masukekosistem-digital-hingga-juni-2022>

https://www.kppu.go.id/docs/Pedoman/pedoman_pasal_6_diskriminasi_harga.pdf

<https://pip.kemenkeu.go.id/id/data-publikasi/berita-terbaru/133-cara-cerdaspemasaran-digital-untuk-produk-umkm.html>

https://rechtsvinding.bphn.go.id/jurnal_online/Lewinda%20Oletta%20RV%20Online%20-%20Final.pdf

<https://www.ukulele.co.nz/platform-adalah/>