

**MENCEGAH PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM
SISTEM PERDAGANGAN SECARA ELEKTRONIK
(E- COMMERCE)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Mendapatkan Gelar Sarjana**

Oleh :

**ANDRIYAN
1806200029**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PTX/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.tiktok.com/@umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.youtube.com/channel/UC...)

BUKTI PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara telah menerima Pendaftaran Ujian Skripsi:

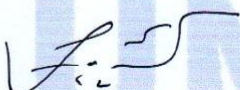
Nama : Andriyan
NPM : 1806200029
Prodi/Bagian : Hukum/Hukum Bisnis
Judul Skripsi : Mencegah Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Sistem
Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*)
Dosen Pembimbing : Faisal Riza, S.H., M.H
Selanjutnya layak untuk diujikan.

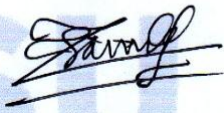
Medan, 18 Januari 2024

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


Dr. Faisal, S.H., M.Hum
NIDN: 0122087502


Dr. Zainuddin, SH., M.H
NIDN. 0118047901

Unggul | Cerdas | Terpercaya



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menyalin surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/FT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [fumsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.tiktok.com/umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENETAPAN

**HASIL UJIAN SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA**

Berdasarkan Berita Acara Ujian Skripsi yang dilaksanakan pada hari Senin, tanggal 24 Januari 2024, Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dengan ini menetapkan bahwa:

Nama : Andriyan
NPM : 1806200029
Prodi/Bagian : Hukum/Hukum Bisnis
Judul Skripsi : Mencegah Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Sistem Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*)

Penguji : 1. Dr. R. Juli Moertiono, S.H., M.H., M.Kn NIDN. 0128077201
2. Nurhilmiyah, S.H., M.H. NIDN. 0014118104
3. Faisal Riza, S.H., M.H. NIDN. 0112068204

Lulus, dengan nilai A -, predikat sangat memuaskan.


Oleh karenanya dinyatakan berhak menggunakan gelar Sarjana Hukum (SH).


Ditetapkan di Medan
Tanggal, 24 Januari 2024

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


Dr. FAISAL, S.H., M.Hum
NIDN: 0122087502


Dr. ZAINUDDIN, SH., M.H
NIDN: 0118047901

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Mencegah Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Sistem Perdagangan
Secara Elektronik (*E-Commerce*)



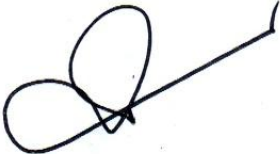
Nama : Andriyan

NPM. : 1806200029

Prodi/Bagian : Hukum/Hukum Bisnis

**Skripsi tersebut diatas telah diujikan oleh Dosen Penguji Fakultas Hukum Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara pada tanggal: 24 Januari 2024**

Dosen Penguji

		
<u>Dr. R. Juli Moertiono, S.H., M.H., M.Kn</u> NIDN. 0128077201	<u>Nurhilmiyah, S.H., M.H</u> NIDN. 0014118104	<u>Faisal Riza, S.H., M.H</u> NIDN. 0112068204

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Hukum UMSU



Dr. Faisal, S.H., M.Hum
NIDN: 0122087502



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab soal agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/01/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [fumsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : ANDRIYAN
NPM : 1806200029
Prodi/Bagian : HUKUM/HUKUM BISNIS
Judul Skripsi : MENCEGAH PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT
DALAM SISTEM PERDAGANGAN SECARA ELEKTRONIK
(E-COMMERCE)

Dosen Pembimbing : FAISAL RIZA, S.H., M.H

No	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
1	2.8.2023	Bimbingan Judul Proposal	
2	3.8.2023	Perbaikan judul Proposal	
3	15.8.2023	Perbaikan Rumusan masalah	
4	29.8.2023	all Proposal	
5	14.11.2023	Bimbingan skripsi	
6	16.11.2023	Pembahasan skripsi	
7	22.11.2023	mengjabarkan keseluruhan skripsi	
8	05.12.2023	Perbaikan penutup skripsi	
9	07.12.2023	Bahan Daftar Pustaka	
10	08.12.2023	ALL. Daftar Sidang	

Mahasiswa dengan judul skripsi tersebut di atas melalui proses bimbingan dan telah dilakukan pemeriksaan terhadap daftar pustaka, oleh karenanya skripsi tersebut disetujui untuk diujikan.

Diketahui
Dekan Fakultas Hukum

Dr. Faisal, S.H., M.Hum
NIDN. 0122087502

Dosen Pembimbing

Faisal Riza, S.H., M.H
NIDN. 0112068204



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK/KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [fumsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ANDRIYAN**
NPM : **1806200029**
Program : **Strata – I**
Fakultas : **Hukum**
Program Studi : **Ilmu Hukum**
Bagian : **Hukum Bisnis**
Judul Skripsi : **MENCEGAH PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM SISTEM PERDAGANGAN SECARA ELEKTRONIK (E-COMMERCE)**

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri. Kecuali bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, Desember 2023

Saya yang menyatakan



ANDRIYAN



Andriyan

Abstrak

Menggunakan *e-commerce* dalam melakukan transaksi bisnis akan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dan konsumen. Tidak hanya sampai disitu penjualan melalui media *e-commerce* juga akan menguntungkan bagi konsumen untuk efisiensi ekonomi. Meski penyelenggaraan teknis *e-commerce* tidak mengalami kendala, masih perlu diperhatikan apakah sistem hukum Indonesia dapat mengatasi permasalahan yang timbul di dalam masyarakat. Di negara-negara maju (*developed country*), masalah *e-commerce* sudah sangat lazim dan sudah ada perangkat pengaturan hukum yang jelas. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun Undang-Undang tersebut tidak mengatur mengenai persaingan usaha. Sedangkan dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, belum terdapat pengaturan mengenai *e-commerce*. Oleh karena itu, *e-commerce* sebagai media pelaku usaha untuk melakukan penjualan barang dan jasa perlu diatur lebih lanjut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perkembangan *e-commerce* di Indonesia, mencegah persaingan usaha tidak sehat dalam sistem perdagangan secara elektronik *e-commerce*, KPPU dalam melakukan pengawasan terhadap persaingan usaha tidak sehat dalam pelaksanaan *e-commerce*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif, dengan sifat deskriptif dan sumber data terdiri dari data sekunder dan AI-Islam, alat pengumpul data studi dokumen dan analisis data kualitatif.

Hasil Penelitian menyatakan Perkembangan *E-commerce* di Indonesia diawali dengan dalam beberapa Peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. Mencegah persaingan usaha tidak sehat dalam sistem perdagangan secara elektronik (*E-commerce*) dilakukan dengan cara mengubah atau mengganti peraturan saat ini agar sesuai dengan keadaan. Namun, ketika membentuk Undang-Undang Pasar Digital, pertimbangan ekstrateritorial harus diperhitungkan. Komisi Persaingan Usaha Dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Pelaksanaan *E-Commerce* dilakukan dengan cara melakukan pengawasan, konsultasi, maupun penyelidikan atas tindakan anti persaingan usaha, kemudian membuat peraturan-peraturan yang tidak hanya berlaku internal namun juga pengaturan eksternal yang mengikat publik.

Kata Kunci : Persaingan Usaha Tidak Sehat, *E-Commerce*, Perdagangan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pertama kali penulis ucapkan Puji dan Syukur kepada Allah SWT yang telah memberi Rahmat-Nya dan Rezki-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai, sebagaimana dapat diketahui Skripsi merupakan salah satu syarat bagi seorang Mahasiswa untuk menyelesaikan studinya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, maka dari itu penulis membuat skripsi dengan Judul: **MENCEGAH PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM SISTEM PERDAGANGAN SECARA ELEKTRONIK (E-COMMERCE)**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis meminta maaf jika ada kekurangan dan kesalahan kata dalam membuat skripsi ini, dan besar harapan penulis agar skripsi ini berguna bagi pembaca sehingga dapat menambah wawasan dalam bidang ilmu Hukum yaitu Hukum Acara Pidana. Dengan selesainya skripsi ini tak lupa penulis ucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada pihak pihak yang telah memberikan support dan memotivasi penulis dalam hal pembuatan skripsi ini antara lainnya: Selanjutnya dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah Penulis haturkan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
2. Bapak Dr. Faisal, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;

3. Bapak Dr. Zainuddin, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
4. Ibu Atikah Rahmi, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
5. Disampaikan juga terimakasih kepada seluruh Staff Biro Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan pelayanan administrasi yang bersahaja kepada seluruh Mahasiswa;
6. Terimakasih kepada kedua orangtua penulis, ayahanda Poniran dan Ibunda Zamariah yang senantiasa tak kenal lelah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada teman-teman yang telah banyak berperan membantu dan memotifasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kemudian pihak pihak lain, kerabat, teman seperjuangan dan lain sebagainya yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bukan bagi Penulis, tetapi juga bagi para pembaca. Semoga Allah senantiasa melimpahkan Taufiq dan Hidayah-Nya kepada kita semua.

Medan, 9 Oktober 2023
Hormat penulis

Andriyan
npm: 1806200029

Daftar Isi

Abstrak.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
1. Rumusan Masalah.....	6
2. Faedah Penelitian.....	6
B. Tujuan Penelitian.....	7
C. Definisi Operasional.....	7
D. Keaslian Penelitian.....	9
E. Metode Penelitian.....	10
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	10
2. Sifat Penelitian.....	11
3. Sumber Data.....	11
4. Alat Pengumpul Data	12
5. Analisis Data.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Perlindungan Konsumen	14
B. Persaingan Usaha Tidak Sehat.	18
C. <i>E-commerce</i>	24
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Perkembangan <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	36

B. Mencegah Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Sistem Perdagangan Secara Elektronik (<i>E-commerce</i>)	41
C. Komisi Persaingan Usaha Dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Pelaksanaan <i>E-commerce</i>	54
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	77

Daftar Pustaka

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi yang berkembang dengan sangat cepat telah membawa banyak kemudahan dalam transaksi perdagangan baik berupa barang maupun jasa. Melalui jaringan internet, Interaksi dalam melakukan perdagangan yang semula dilakukan melalui pertemuan secara langsung (*face to face*), sekarang banyak dilakukan secara online. Di Indonesia sendiri jumlah pengguna internet terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini terlihat dari survey penggunaan internet yang dilaksanakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2020. Dari survey tersebut didapatkan data bahwa masyarakat Indonesia yang menggunakan internet sebanyak 73,7 persen dengan perhitungan terdapat sebanyak 196,7 juta orang yang menggunakan internet dari total populasi warga negara Indonesia sebanyak 266,9 juta. Luasnya cakupan penggunaan internet tersebut membawa kemudahan tersendiri bagi pelaku usaha untuk menawarkan barang dan jasanya secara elektronik.¹ Teknologi informasi sangat berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat.²

¹ Vicky Darmawan A.P dan Ditha Wiradiputra. 2022. *Predatory Pricing Dalam E-commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, Vol 6 Nomor 3 Juli 2022. halaman 9845

² Faisal Riza dan Rachmad Abduh. 2019. *Alternatif Penyelesaian Sengketa Secara Arbitrase Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi*. Jurnal De Lega Lata, Vol 4 Nomor 1 Januari-Juni 2019. halaman 78

Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat telah berhasil menciptakan berbagai perdagangan yang pada awalnya hanya dilakukan melalui pola konvensional secara tatap muka, kini dapat dilakukan secara online melalui media internet. Demikian pula dan pada mekanisme transaksi pembayaran pengirimannya, dari pembayaran yang mulanya dilakukan secara tidak langsung melalui penggunaan jasa pihak ketiga kini mulai mengarah pada pembayaran secara langsung antara para pihak dengan penggunaan uang elektronik (*digital cash/e-money*). Menurut Edmon Makarim, pola transaksi perdagangan kini telah mengarah menjadi *one-stop shopping*, dimana kesepakatan transaksi adalah mencakup (i) arus informasi, (ii) arus uang, dan (iii) arus barang.³

Menggunakan *e-commerce* dalam melakukan transaksi bisnis akan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dan konsumen. Salah satu alasan mengapa transaksi melalui *e-commerce* lebih banyak diminati daripada pola perdagangan secara konvensional diantaranya adalah dengan menggunakan *e-commerce* transaksi dapat dilakukan dengan cepat, mudah, dan biaya yang lebih rendah. Tentu saja, penjualan melalui media *e-commerce* juga akan menguntungkan bagi konsumen untuk efisiensi ekonomi. Dalam praktik, pemakaian dan pemanfaatan teknologi atau jaringan internal melalui industri *e-commerce* memiliki jaringan yang luas dan mendunia, sehingga dapat dengan mudah diakses oleh setiap orang setiap saat. Hal ini menyebabkan transaksi perdagangan barang dan jasa melalui internet semakin meningkat jumlahnya sering dengan meningkatnya

³ Adi Nur Hayati. 2021. *Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-commerce di Indonesia*. halaman 110

pengguna internet. *E-commerce* memberikan peluang terhadap pelaku usaha baru untuk memasuki pasar tanpa adanya hambatan karena media internet dapat diakses dengan mudah oleh semua orang, sehingga dapat terjadi penurunan hambatan pasar (*entry barrier*). Semakin banyaknya pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha, maka semakin kompetitif suatu pasar. *E-commerce* dapat menciptakan persaingan usaha yang kompetitif atau disebut dengan pasar persaingan sempurna dimana terdapat banyak penjual, banyak pembeli, dan produk yang dijual sama. Dengan adanya *e-commerce*, menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk barang atau jasa yang dihasilkan serta berusaha untuk terus meminimalkan harga agar dapat dijangkau oleh konsumen. Bagi konsumen, dengan adanya *e-commerce*, memberikan pilihan dalam membeli barang atau jasa tertentu dengan harga yang minimal dengan kualitas sebaik mungkin.⁴

Meski penyelenggaraan teknis *e-commerce* tidak mengalami kendala, masih perlu diperhatikan apakah sistem hukum Indonesia dapat mengatasi permasalahan yang timbul di dalam masyarakat. Di negara-negara maju (*developed country*), masalah *e-commerce* sudah sangat lazim dan sudah ada perangkat pengaturan hukum yang jelas. Seperti di Amerika Serikat yang termasuk negara pertama yang mengatur masalah *e-commerce* pada tahun 1997, telah mengenal prinsip pelaksanaan *e-commerce* yang kemudian dikembangkanlah kerangka hukum *e-commerce* yaitu UNCITRAL (*United Nation Commission on International Trade Law*) yang kemudian menjadi standar regulasi *e-commerce* di dunia. Salain itu juga

⁴ Melisa Setiawan Hotana. 2018. *Industri E-commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha*. Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune, Vol, 1 Nomor 1 Agustus 2018. halaman 29

terdapat *Uniform Commercial Code* (UCC) dan *Intellectual Property Right Protection*. Adapun di Indonesia, *e-commerce* masih relatif baru dan belum ada perangkat hukum khusus yang mengaturnya khususnya berkaitan dengan hukum persaingan usaha.⁵

Apabila dilihat Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun Undang-Undang tersebut tidak mengatur mengenai persaingan usaha. Sedangkan dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, belum terdapat pengaturan mengenai *e-commerce*. Oleh karena itu, *e-commerce* sebagai media pelaku usaha untuk melakukan penjualan barang dan jasa perlu diatur lebih lanjut dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Seiring semakin meningkatnya penjualan yang terjadi melalui industri *e-commerce*, maka perlu dilakukan adanya pengawasan lebih lanjut yang dilakukan oleh KPPU (Komisi Pengawas Pesaingan Usaha). Dalam Pasal 1 angka 18 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 pengertian KPPU adalah komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.⁶

Berdasarkan pemaparan tersebut, terdapat permasalahan yang perlu dikaji mengenai persaingan usaha tidak sehat, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih

⁵ *Ibid.*, halaman 29

⁶ *Ibid.*, halaman 30

lanjut. Maka dari itu akan dilakukan penelitian dengan judul “ Mencegah Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Sistem Perdagangan Secara Elektronik”

1. Rumusan Masalah

- a) Bagaimana Perkembangan *E-commerce* di Indonesia?
- b) Bagaimana mencegah persaingan usaha tidak sehat dalam sistem perdagangan secara elektronik *E-commerce*?
- c) Bagaimana Komisi Persaingan Usaha Dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Pelaksanaan *E-Commerce*?

B Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat terhadap bidang ilmu hukum, terutama dalam hukum bisnis, alasannya karena pada penelitian ini mengkaji perkembangan hukum bisnis khususnya pada kegiatan persaingan usaha tidak sehat. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangsih pemikiran terhadap perkembangan hukum bisnis di Indonesia.

2. Secara Praktis

Penelitian ini bermanfaat dalam praktik persaingan usaha di Indonesia, khususnya para pelaku usaha. Namun tidak hanya sampai disitu, penelitian ini dapat bermanfaat bagi para penegak hukum seperti Advokat dan Hakim untuk menegakkan hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jadi pembahasan pada penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi Advokat dan Hakim dalam menghadapi permasalahan persaingan usaha tidak sehat.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perkembangan *E-commerce* di Indonesia
2. Untuk mengetahui cara mencegah persaingan usaha tidak sehat dalam sistem perdagangan secara elektronik *E-commerce*
3. Untuk mengetahui Komisi Persaingan Usaha Dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Pelaksanaan *E-Commerce*

D. Definisi Operasional

1. Kajian Hukum, kajian menurut kbbi adalah hasil mengkaji. Sedangkan hukum adalah Hukum adalah keseluruhan daripada segenap peraturan mengenai perikelakuan manusia yang mengikat dan yang ditetapkan atau diakui oleh pemerintah.⁷ Maka dari itu yang dimaksud Kajian Hukum pada penelitian ini adalah hasil mengkaji keseluruhan peraturan mengenai perilaku manusia yang mengikat yang dibuat oleh pemerintah, namun hukum yang dimaksud adalah hukum yang berhubungan dengan kegiatan persaingan usaha tidak sehat.
2. *E-commerce* adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet).⁸
3. Persaingan Usaha Tidak Sehat
Menurut Pasal 1 Angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang

⁷ Theodora Rahmawati dan Umi Supratiningsih. 2020. *Pengantar Ilmu Hukum dan Pengantar Hukum Indonesia*. Pamekasan: Duta Media Publishing. halaman 5

⁸ Kemenkeu <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-commerce-Dengan-Benar.html> Diakses Pada Tanggal 25 Agustus 2023 Pukul 09.31 Wib

dimaksud Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

E. Keaslian Penelitian

Penulis memahami bahwa penelitian ini bukanlah suatu hal yang baru dalam bidang ilmu hukum, namun tidak ada substansi yang sama persis dengan penelitian yang akan dibahas ini, setelah melakukan pencaharian baik secara *online* dan secara *offline* tidak ada penelitian yang secara substansi sama persis dengan penelitian yang dibahas oleh penulis, berikut beberapa penelitian yang hampir sama dengan penelitian penulis.

1. Skripsi Andi Tenri Ajeng P, mahasiswi Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Alauddin Makasaar 2017 dengan judul Skripsi Tinjauan Hukum Perjanjian Jual-Beli Melalui *E-commerce*. Pada penelitian tersebut mengkaji keabsahan jual beli dengan *e-commerce* sebagai sarananya. Sedangkan pada penelitian ini akan mengkaji *e-commerce* sebagai wadah untuk mengatasi persaingan usaha tidak sehat
2. Skripsi I.Yusril Wira Saputra, mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Matararam 2022 dengan judul skripsi Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online (E-commerce)* dan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen. Pada penelitian tersebut bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce*

kemudian mengkaji mekanisme penyelesaian sengketanya. Sedangkan oada penelitian ini akan mengkaji *E-commerce* sebagai wadah mengatasi Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Berdasarkan kedua penelitian tersebut, secara substansi tidak ada yang sama persis dengan penelitian ini, oleh karena itu penelitian ini layak untuk dilakukan. Selain tidak ada yang sama persis dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini juga akan mengkaji permasalahan mengenai Persaingan usaha tidak sehat.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini untuk memecahkan permasalahan yang dikaji, dilakukan beberapa tahapan yang dilakukan, antara lain sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian yang menggunakan data sekunder sebagai data utama, antara lain seperti dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian atau dapat disebut studi pustaka.⁹ Dan menggunakan pendekatan perundang-undangan untuk mencari jawaban dari permasalahan yang dikaji.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, hal ini dikarenakan menggambarkan *e-commerce* dalam mencegah terjadi persaingan usaha

⁹ Ediwarmarman. 2016. *Metode Penelitian Hukum*. Yogyakarta: Genta Publishing. halaman21

tidak sehat. Deskriptif merupakan sifat penelitian yang menggambarkan/melukiskan suatu kondisi permasalahan tertentu.¹⁰

3. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari data sekunder yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Data sekunder terdiri dari 3 yaitu:

- a. Bahan hukum primer, yaitu berupa peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu berupa bahan yang mendukung penelitian seperti: Jurnal, skripsi, tesis, disertasi atau karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan penelitian.
- c. Bahan hukum tersier, merupakan bahan non hukum yang relevan dan dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini, seperti: kamus bahasa, ensiklopedia atau jurnal cabang ilmu lainnya.

4. Alat Pengumpul Data

Alat pengumpul data pada penelitian ini adalah Studi dokumen yang diperoleh secara *offline* dengan menelusuri buku-buku pada perpustakaan daerah Provinsi Sumatera Utara, perpustakaan Kota Medan serta buku pribadi milik penulis, dan secara *online* dengan melakukan pencarian melalui internet untuk memperoleh *e-book*, jurnal atau penelitian yang relevan dengan pembahasan penelitian.

¹⁰Suratman dan H.Philips Dillah. 2020. *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Alfabeta, CV. halaman 47

5. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu data yang telah diperoleh dari studi kepustakaan kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang dikaji di dalam penelitian ini, Jadi bahan hukum yang telah dikumpulkan tersebut dianalisis untuk memecahkan permasalahan yang dikaji di dalam penelitian ini yaitu mengenai analisis putusan terhadap pelaksanaan urusan pemerintahan daerah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perlindungan Konsumen

Pengertian konsumen dilihat dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Ayat 2 Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain. Sedangkan menurut istilah konsumen berasal dari bahasa inggris *consument* dan dalam bahasa belanda *konsument*. Di Amerika dikenal dengan sebutan *consumer*.¹¹

Az. Nasution menjelaskan beberapa batasan tentang konsumen antara lain:¹²

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang atau jasa lain atau untuk diperdagangkan.
3. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang/jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadinya, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Sebagai konsumen memiliki hak yang ditentukan berdasarkan undang-undang, hal ini dapat dilihat di dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun

¹¹. Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2019. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika. halaman 22-23

¹². *Ibid.*, halaman 25

1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang membagi hak-hak konsumen antara lain:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Konsumen, selain memiliki hak juga memiliki kewajiban berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen antara lain:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Salah satu dari hak konsumen adalah mendapatkan kenyamanan, keamanan, keselamatan mengkonsumsi barang atau jasa yang digunakan, maka hal ini merupakan hal wajib diperhatikan oleh pelaku usaha terhadap konsumen dikarenakan sudah merupakan hak yang harus dipenuhi.

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Konsumen merupakan setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan

konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk¹³ memberi perlindungan kepada konsumen.

Tujuan Perlindungan Konsumen:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi serta akses untuk memperoleh informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha, sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

Ketentuan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menerangkan bahwa upaya perlindungan bagi konsumen dilakukan dengan beberapa asas perlindungan konsumen yang relevan. Kelima asas yang dimaksud, antara lain asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

¹³ <https://dkumpp.banjarkab.go.id/> Diakses Pada Tanggal 28 November 2023 Pukul 08.30 Wib

Terkait kelima asas tersebut, bagian Penjelasan Pasal 2 Undang-Undang 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konseumen menerangkan hal-hal sebagai berikut :

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiel ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

B. Persaingan Usaha Tidak Sehat

Menurut sejarah negara Indonesia, praktik-praktik usaha monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat sudah ada sejak jaman penjajahan Belanda yaitu pada saat pembentukan VOC. Dengan adanya VOC, pemerintah Belanda menghindari persaingan antar sesama pedagang Belanda, serta mampu menghadapi persaingan dengan bangsa lain terutama Spanyol dan Portugis.¹⁴

Cara VOC melakukan praktik monopoli :¹⁵

1. Pelayaran Hongi, yaitu merampas setiap kapal penduduk yang menjual rempah-rempah kepada pedagang asing selain Belanda.
2. Ekstirpasi, yaitu mengadakan penebangan tanaman milik rakyat agar harga rempah-rempah tidak turun saat panen berlebih.
3. Penyerahan Wajib/*Verplichte Leverantien*, yaitu mengadakan perjanjian dengan raja-raja setempat jika kalah perang wajib menyerahkan hasil buminya dengan harga yang sudah ditentukan oleh VOC.
4. *Contingenten*, yaitu rakyat wajib menyerahkan hasil bumi sebagai pajak.

Demikian halnya dengan masa Orde Baru. Pada masa ini banyak sekali terjadi praktik-praktik monopoli, oligopoli, dan perbuatan lain yang menjurus kepada persaingan curang. Bahkan dapat dikatakan bahwa keberhasilan beberapa konglomerat besar di Indonesia juga bermula dari tindakan monopoli dan persaingan curang lainnya yang dibiarkan saja bahkan didorong oleh pemerintah saat itu.¹⁶

¹⁴ Nurianto. 2020. *Hukum Persaingan Usaha*. Sidoarjo: Zifatama Jawara. halaman 1

¹⁵ *Ibid.*, halaman 1-2

¹⁶ *Ibid.*, halaman 2

Pergerakan bisnis yang terjadi di masa lampau, sering mengabaikan masalah terbentuknya konsentrasi pasar atau monopoli sehingga memberikan pengaruh yang besar terhadap struktur iklim usaha di Indonesia. Salah satu diantaranya adalah miskinnya kesempatan perubahan terhambatnya mobilitas vertical horizontal masyarakat. Pengalaman-pengalaman ini menjadi bukti empiris yang menunjukkan hal yang disebutkan di atas misalnya, monopoli tepung terigu, kartel yang terbentuk di industri semen, terobosan untuk membentuk Mobil Nasional (Mobnas), instrumen tata niaga jeruk, cengkeh sederetan pengalaman empiris yang lahir dari kebijakan ekonomi telah membentuk kemakmuran sekaligus kemelaratan.¹⁷

Melihat sejarah praktik persaingan usaha yang tidak sehat itu sudah sangat lama sekali, tidak mengherankan jika banyak praktisi dan teorisi hukum dan ekonomi saat itu yang menyerukan agar segera dibuat Undang-undang Anti Monopoli yang secara komprehensif yang mengatur persaingan sehat. Karena secara pragmatik, batasan-batasan yuridis terhadap praktik usaha yang tidak sehat atau curang dapat ditemukan secara tersebar dalam berbagai hukum positif. Akan tetapi karena sifatnya yang sektoral, perundang-undangan tersebut sangat tidak efektif. Akhirnya keinginan untuk membentuk undang-undang persaingan usaha sehat yang komprehensif baru terealisasi pada masa reformasi yaitu dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.¹⁸

¹⁷ Alum Simbolon. 2014. *Hukum Persaingan Usaha*. Yogyakarta: Liberty. halaman 1

¹⁸ Nuriyanto. *Op.,Cit* halaman 3

Persaingan sebagai salah satu bentuk karakteristik utama dalam sistem ekonomi pasar, cenderung lebih disukai daripada kondisi nonpersaingan/ketiadaan persaingan. Persaingan usaha atau persaingan dari sudut ekonomi oleh Richard A. Billas dibedakan menjadi persaingan murni dan persaingan sempurna. Persaingan bisa bersifat murni dan sempurna, atau bisa juga bersifat murni tetapi tidak sempurna.¹⁹

Suatu persaingan disebut sebagai persaingan murni jika di pasar terdapat banyak perusahaan yang menjual produk yang identik sama. Produk dari banyak perusahaan tidak dapat dibedakan dari merek dagang ataupun label. Tiap-tiap penjual merupakan bagian yang sangat kecil jika dibandingkan dengan luas pasar, sehingga ia tidak dapat mempengaruhi harga. Jadi penjual dalam persaingan murni harus mengikuti harga di pasar. Harga ini ditentukan oleh interaksi antara penawaran industri dan permintaan industri.²⁰

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Unsurnya adalah kegiatan usaha, tidak jujur, melawan hukum, menghambat persaingan.²¹ Sedangkan menurut Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menentukan bahwa persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan

¹⁹ Maryanto. 2017. *Dunia Usaha, Persaingan Usaha, Dan Fungsi KPPU*. Semarang: Unissula Press. halaman 12-13

²⁰ *Ibid.*, halaman 13

²¹ Alum Simbolon. *Op., Cit* halaman 10

atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Indonesia sendiri baru memiliki aturan hukum dalam bidang persaingan, setelah atas inisiatif DPR disusun RUU Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. RUU tersebut akhirnya disetujui dalam Sidang Paripurna DPR pada tanggal 18 Februari 1999, dalam hal ini pemerintah diwakili oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan Rahardi Ramelan. Setelah seluruh prosedur legislasi terpenuhi, akhirnya Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ditandatangani oleh Presiden B.J. Habibie dan diundangkan pada tanggal 5 Maret 1999 serta berlaku satu tahun setelah diundangkan.²²

Salah satu produk reformasi di bidang hukum adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut UULPM) yang diundangkan tanggal 5 Maret 1999. Pasal 53 UULPM dinyatakan UULPM ini akan berlaku satu tahun kemudian yaitu tanggal 5 Maret 2000. Kesiapan untuk memberlakukan undang-undang ini belum cukup sehingga baru efektif diberlakukan Tanggal 5 September 2000. UULPM ini disusun untuk menerapkan aturan hukum memberikan perlindungan hukum yang sama bagi semua pelaku usaha di dalam upaya untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif persaingan usaha yang sehat. Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan

²² Andi Fahmi, dkk. 2017. *Hukum Persaingan Usaha Buku Teks. Edisi Kedua*. Jakarta: KPPU. halaman 34

secara umum dan merata, UULPM dapat digunakan sebagai landasan jaminan kepastian hukum sehingga percepatan pembangunan ekonomi lebih meningkat.

Berlakunya Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No. 5 Tahun 1999) sebagai tindak lanjut hasil Sidang Istimewa MPR-RI yang digariskan dalam Ketetapan MPR-RI No. X/MPR/1998 tentang Pokok-Pokok Reformasi Pembangunan dalam Rangka Penyelamatan dan Normalisasi Kehidupan Nasional, maka Indonesia memasuki babak baru pengorganisasian ekonomi yang berorientasi pasar.²³

Adapun tujuan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sebagaimana diatur pada Pasal 3 adalah untuk:

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil;
3. Mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Secara normatif, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 memiliki cakupan yang luas. Undang-undang ini mengatur tentang perjanjian yang dilarang. Di dalamnya terdapat masalah oligopoli, penetapan harga, pembagian wilayah, pemboikotan, kartel, trust, oligopsoni dan perjanjian tertutup. Undang-Undang ini

²³ *Ibid.*, halaman 34

juga memuat kegiatan yang dilarang, seperti monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, dan persekongkolan. Di samping itu, undang-undang ini juga mengatur tentang keberadaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai lembaga yang bertugas mengawasi pelaksanaan undang-undang ini yang langsung bertanggung jawab kepada presiden.²⁴

Berdasarkan penjelasan di atas, secara substansial, ada tiga bentuk larangan di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yaitu; 1 Perjanjian yang dilarang sebagaimana yang terdapat di dalam Bab III dari pasal 4 sampai pasal 16. 2 Kegiatan yang dilarang terdapat pada Bab IV yang rinciannya dimuat dari pasal 17 sampai pasal 24. 3 Larangan yang berkaitan dengan posisi dominan terdapat di dalam bab V, dari pasal 25 sampai pasal 29.²⁵

Perjanjian yang dilarang yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah perjanjian yang dilarang, yang terjadi atau mengakibatkan praktik persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha yang bertujuan untuk:²⁶

1. Melakukan praktik oligopoli,
2. Penetapan harga (*price fixing*),
3. Diskriminasi harga,
4. Penetapan harga di bawah harga pasar,
5. Penjualan kembali dengan harga rendah,

²⁴ Rumadi Ahmad, dkk. 2019. *Fikih Persaingan Usaha*. Jakarta: Lakpesdam PBNU. halaman 23

²⁵ *Ibid.*, halaman 23

²⁶ *Ibid.*

6. Pembagian wilayah (*market allocation*),
7. Pemboikotan (*boycott*),
8. Kartel (*cartel*),
9. Trust,
10. Oligopsoni,
11. Integrasi vertikal (*vertical integration*),
12. Perjanjian tertutup (*exclusive dealings*), dan
13. Perjanjian dengan pihak luar negeri.²⁷

Kegiatan yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah kegiatan yang terjadi atau mengakibatkan praktik persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha, seperti monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, dan kegiatan jual rugi/murah, penetapan biaya produksi secara curang, dan persekongkolan (*collusive tendering*). Perbedaan antara kegiatan yang dilarang dengan perjanjian yang dilarang terletak pada jumlah pelaku usaha. Dalam perjanjian yang dilarang paling tidak ada dua pihak pelaku usaha, karena suatu perjanjian menghendaki sedikitnya dua subjek hukum. Sementara dalam kegiatan yang dilarang tidak tertutup untuk dilakukan oleh satu pelaku usaha.²⁸

Posisi dominan adalah keadaan di mana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti 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

²⁷ *Ibid.*

²⁸ *Ibid.*, halaman 31

pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang dan/atau jasa tertentu.²⁹

Pelaku usaha dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 memiliki posisi dominan apabila:

1. Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai 50% (lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu; atau
2. Dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai 75% (tujuh puluh lima persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

C. E-commerce

Secara literal, *e-commerce* berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yaitu penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari Electronic dan kata *Commerce*. Jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia, Electronic berarti Elektronik, dan *Commerce* berarti perdagangan. Jadi, *e-commerce* adalah suatu transaksi perdagangan melalui media elektronik yang berhubungan dengan internet.³⁰

Definisi dari *E-commerce* sendiri sangat beragam, tergantung dari perspektif atau kacamata yang memanfaatkannya. Association for Electronic Commerce secara sederhana mendefinisikan *E-commerce* sebagai “mekanisme bisnis secara elektronik”. *CommerceNet*, sebuah konsorsium industri, memberikan

²⁹ *Ibid.*, halaman 34

³⁰ Mufarizzaturrizkiyah, dkk. 2020. *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim Survey Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon*. Cirebon: Elsi Pro. halaman 16-17

definisi yang lebih lengkap, yaitu “penggunaan jejaring komputer (komputer yang saling terhubung) sebagai sarana penciptaan relasi bisnis”. Tidak puas dengan definisi tersebut, *CommerceNet* menambahkan bahwa di dalam *E-commerce* terjadi “proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan intranet.”³¹

Menurut Loudon bahwa *e-commerce* adalah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.³² Kalakota dan Whinston mendefinisikan *e-commerce* dari beberapa perspektif antara lain:³³

1. Dari perspektif komunikasi, *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk, layanan atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan computer atau sarana elektronik lainnya
2. Dari perspektif proses bisnis *e-commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
3. Dari perspektif layanan, *e-commerce* merupakan satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan layanan.

³¹ Richardus. 2002. *Electronic Commerce Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta: Aptikom. halaman 9

³² Mufarizzaturrizkiyah, *Op.,Cit* halaman 17

³³ Misbahuddin. 2012. *E-Commerce dan Hukum Islam*. Makassar: Alauddin University Press. halaman 155-156

4. Dari perspektif *online, e-commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di Internet dan jasa *online* lainnya.

Menurut Abdul Halim Barbakatullah *e-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service provide*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan computer yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spectrum kegiatan komersial.

Terlepas dari berbagai jenis definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi, dimana *E-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:³⁴

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan
3. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Pada tahun 1970-an, aplikasi *E-Business* pertama kali dikembangkan dan digunakan sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan *Electronic Fund Transfer* (EFT). Dalam perkembangan berikutnya, diketemukannya *Elektronic Data Interchange* (EDI) yang digunakan untuk mentransfer data secara rutin, seperti data dokumen-dokumen sampai pada transaksi keuangan. Pada tahun 1990 dimana teknologi WWW, semakin maju karena tidak hanya menampilkan data saja melainkan sudah mampu menampilkan data gambar, suara, animasi bahkan video. Pada tahun 2000-an, perkembangan e-

³⁴ Richardus. *Op., Cit* halaman 9

Business, semakin pesat dimana banyak perusahaan-perusahaan di Amerika, Eropa, Asia bahkan Indonesia telah beralih dalam konsep memasarkan produk-produknya melalui internet.³⁵

Teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi menempati peran dan posisi amat strategis karena menghadirkan suatu tata-dunia baru tanpa batas, jarak, ruang dan waktu, yang berdampak pada peningkatan produktivitas dan efisien. Sehingga dapat dikatakan bahwa saat ini teknologi informasi membawa dampak penting, terutama dibidang perdagangan.

Saat ini perdagangan tidak hanya dapat dilakukan dalam dunia nyata, tetapi juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi. *E-commerce* merupakan transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambi alih hak. Kontrak antara pembeli dan penjual ini dilakukan dengan media elektronik; para pihak tidak hadir secara fisik. Mengingat sifat internet yang borderless, maka transaksi dalam perdagangan elektronik terlepas dari batas wilayah dan nasional.³⁶

Transaksi melalui *e-commerce* memiliki beberapa keuntungan yaitu:³⁷

1. Transaksi dagang menjadi lebih efektif dan cepat;
2. Transaksi dagang menjadi lebih cepat efisien, produktif dan bersaing;
3. Lebih memberi kecepatan dan ketepatan kepada konsumen
4. Mengurangi biaya administrative

³⁵ Deasy Purwaningtias, dkk, 2020. "E-BUSINESS" *Konsep Dasar E-Business di Era Digital*. Yogyakarta : Graha Ilmu halaman 1

³⁶ Dian Mega Erianti Renouw, 2018. *Perlindungan Hukum E-commerce*. Jakarta : Pramuka Grafika halaman 14

³⁷ Abdul Halim Barkatullah, 2017. *Hukum Transaksi Elektronik*. Bandung : Nusamedia halaman 26

5. Memperkecil masalah-masalah sebagai akibat perbedaan budaya, bahasa dan praktik perdagangan
6. Meningkatkan pendistribusian logistic dan
7. Memungkinkan perusahaan-perusahaan kecil untuk menjual produknya secara global.

a) Transaksi Komersial Elektronik

Transaksi komersial elektronik (*e-commerce*), pada prinsipnya merupakan hubungan hukum berupa pertukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli yang memiliki prinsip dasar sama dengan transaksi konvensional, namun dilaksanakan dengan pertukaran data melalui media yang tidak berwujud (internet), dimana para pihak tidak perlu bertatap muka secara fisik.

Pada umumnya, transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) dibagi menjadi lima jenis, yaitu:

1) *Business to Business* (B2B)

Transaksi B2B merupakan transaksi, dimana kedua belah pihak yang melakukan transaksi adalah suatu perusahaan.

2) *Business to Consumer* (B2C)

Transaksi B2C, merupakan transaksi antara perusahaan dengan konsumen atau individu. Transaksi B2C meliputi pembelian produk secara langsung oleh konsumen melalui internet.

3) *Customer to Customer* (C2C)

Transaksi C2C merupakan transaksi, dimana individu saling menjual barang satu sama lain.

4) *Customer to Business (C2B)*

Transaksi C2B, merupakan transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.

5) *Customer to Government (C2G)*

Transaksi C2G merupakan transaksi, dimana individu dapat melakukan transaksi dengan pemerintah.³⁸

b) Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Transaksi Komersial Elektronik

1) Pembeli atau Konsumen (*Buyer*)

Hak pembeli adalah menerima jasa dan barang yang dibeli, kewajibannya adalah membayar sesuai harga dan waktu yang disepakati.

2) Penjual (*Merchant*)

Hak penjual adalah menerima pembayaran sesuai dengan harga dan waktu yang disepakati, sedangkan kewajiban penjual adalah menyerahkan barang atau jasa sesuai kesepakatan.

3) Provider (*Webhosting*)

Hak provider sebagai penyelenggara transaksi elektronik adalah menerima pembayaran sewa space hosting dari penjual yang menggunakan webhosting tersebut untuk situs transaksi online, sedangkan kewajiban dari provider adalah menyediakan space hosting, memberikan data dan informasi yang benar, menjamin keamanan saat transaksi berlangsung, memastikan bahwa proses transmisi data berlangsung dengan baik, serta

³⁸ Sugeng. 2020. *Hukum Telematika Indonesia*. Jakarta : Prenadamedia Group halaman 118

menjamin bahwa data yang ditransmisikan bukan merupakan data ilegal atau melanggar ketentuan hukum.

4) Bank

Hak dari bank adalah menerima pembayaran jasa keuangan dari pihak yang menggunakan jasa tersebut, termasuk biaya transfer dan biaya administrasi, sedangkan kewajiban bank adalah menjamin bahwa uang yang ditransaksikan sampai ke tujuan, serta menjamin keamanan saat transaksi berlangsung.

5) Jasa Pengangkutan (*Cargo*)

Hak dari pihak jasa pengangkutan adalah menerima pembayaran atas jasa cargo/pengangkutan, sedangkan kewajibannya adalah mengangkut barang yang diinstruksikan sampai ke tujuan dan memastikan bahwa barang tersebut tidak rusak selama pengiriman.³⁹

c) Hubungan *e-Business* & *e-commerce*

Perdagangan elektronik atau *e-commerce* merupakan bagian dari *e-Business*, dimana cakupan *e-Business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga kolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, sumber daya manusia, lowongan pekerjaan dan lain lain. Selain teknologi jaringan www, *e-Business* juga memerlukan teknologi basis data.

Dalam prosesnya, setiap bisnis tentu tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya interaksi dengan pihak eksternal dari organisasi itu sendiri, seperti para supplier, customer, investor, kreditur, pemerintah dan media. interaksi ini akan

³⁹ *Ibid.*, halaman 119

terfasilitasi melalui aplikasi *e-commerce* yang dimaksud. Karena itu, pada saat merancang dan membangun aplikasi *e-commerce* tersebut harus sudah direncanakan dengan benar, agar fitur-fitur yang ada nantinya dapat memfasilitasi interaksi-interaksi tersebut.

d) Positif dan Negatif *e-commerce* dan *e-Business*

Menerapkan konsep *e-Business* bukan berarti proses bisnis menjadi bebas hambatan, karena tentu saja setiap langkah yang ditempuh memiliki sisi positif dan negatifnya. Adapun sisi positif penerapan *e-commerce* dan *e-Business* adalah sebagai berikut.

1. Revenue stream baru yang mungkin lebih menjanjikan dan tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
2. Dapat meningkatkan pangsa pasar (market exposure).
3. Menurunkan biaya operasional (operating cost).
4. Melebarkan jangkauan (global reach).
5. Meningkatkan customer loyalty
6. Memperpendek waktu produksi dan pemasaran
7. Meningkatkan mata rantai pendapatan (value chain)

Sedangkan sisi negative penerapan *e-commerce* dan *e-Business* adalah sebagai berikut :

1. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Tindakan ini bisa menyingkap semua informasi rahasia organisasi kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.⁴⁰

⁴⁰ *Ibid.*, halaman 3

2. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik padam atau jaringan yang tidak berfungsi.
3. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam factor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut.
4. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misal pembobolan sebuah sistem perbankan oleh hacker, kemudian memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.
5. Kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidak jujuran, praktek bisnis yang tidak benar, dan kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.⁴¹

Sumber lain menyatakan kekurangan atau kelemahan dalam transaksi *e-commerce* terdapat pada perlindungan konsumen dalam dunia. Apabila kelemahan tersebut tidak mendapat perlindungan maka akan berdampak pada:

a) Bagi organisasi/perusahaan

- 1) Keamanan sistem rentan diserang

Terdapat sejumlah laporan mengenai website dan basis data yang di-*hack* dan berbagai kelemahan keamanan dalam software. Hal ini dialami oleh sejumlah perusahaan besar seperti Microsoft dan lembaga perbankan. Masalah keamanan ini menjadi sangat penting karena bila

⁴¹ *Ibid.*, halaman 4

pihak lain yang tidak berwenang bisa menembus sistem maka dapat menghancurkan bisnis yang berjalan.

2) Persaingan tidak sehat

Tekanan untuk berinovasi dan membangun bisnis dengan memanfaatkan kesempatan yang ada dapat memicu terjadinya illegal, yaitu penjiplakan ide dan perang harga.

3) Masalah kompatibility teknologi lama dengan yang lebih baru. Dengan perkembangan dan inovasi yang melahirkan teknologi baru, sering muncul masalah sistem bisnis yang lama tidak dapat berkomunikasi dengan infrastruktur berbasis web dan internet. Hal ini memaksa perusahaan menjalankan dua sistem independen yang tidak dapat saling berbagi. Hal ini mengakibatkan pembengkakan biaya.

b) Bagi Konsumen

a. Perlunya keahlian computer

Tanpa menguasai keahlian computer, mustahil konsumen dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*. Pengetahuan dasar computer, antara lain pengetahuan mengenai internet dan web sangat diperlukan.

b. Biaya tambahan untuk mengakses internet.

Untuk ikut serta dalam *e-commerce* dibutuhkan koneksi internet yang stabil dan tentu saja ini akan menambah pos pengeluaran bagi konsumen itu sendiri.

c. Biaya peralatan komputer

Komputer diperlukan untuk mengakses internet. Tentu saja dibutuhkan biaya lagi untuk mendapatkannya. Perkembangan computer yang sangat pesat menyarankan konsumen untuk juga meng-*update* peralatannya apabila tidak ingin ketinggalan teknologi.

d. Risiko bocornya privasi dan data pribadi

Segala hal mungkin terjadi saat konsumen mengakses internet untuk menjalankan *e-commerce*, termasuk risiko bocornya data pribadi karena ulah orang lain yang ingin membobol sistem.

e. Berkurangnya waktu untuk berinteraksi secara langsung dengan orang

lain transaksi *E-commerce* yang berlangsung secara *online* telah mengurangi waktu konsumen untuk dapat melakukan proses sosial dengan orang lain. hal ini tidak baik karena dikhawatirkan akan dapat mengurangi rasa kepedulian qaaterhadap lingkungan sekitarnya.

f. Berkurangnya rasa kepercayaan karena konsumen berinteraksi hanya

dengan kompuer yang akan menyebabkan terjadinya penipuan.

c) Bagi Masyarakat

a. Berkurangnya interaksi antarmanusia

Masyarakat lebih sering berinteraksi secara elektronik sehingga dimungkinkan terjadi kurangnya kemampuan sosial dan personal manusia untuk bersosialisasi dengan orang lain secara langsung.

b. Kesenjangan sosial

Terdapat bahaya potensial karena dapat terjadi kesenjangan sosial antara orang-orang yang memiliki kemampuan teknis dalam *e-commerce*

dengan yang tidak. Orang yang memiliki keahlian digaji lebih tinggi daripada yang tidak.

c. Adanya sumber daya yang terbuang

Munculnya teknologi baru akan membuat teknologi lama akan semakin tertinggal dan tidak dimanfaatkan lagi. Misalnya dengan computer model lama atau software model lama yang sudah tidak relevan untuk digunakan.

d. Sulitnya mengatur internet

Sejumlah kriminalitas telah terjadi di internet dan banyak yang tidak terdeteksi. Jumlah jaringan yang terus berkembang semakin luas dan jumlah pengguna yang semakin banyak seringkali membuat pihak berwenang kesulitan dalam membuat peraturan untuk internet.⁴²

Electronic Commerce atau disingkat dengan *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *services providers* dan perdagangan perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer (*computer network*) yaitu internet. Pengguna sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.

Pengertian ini yang dimaksud *E-commerce* merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdaat di dalam media elektronik

⁴² Candra Ahmadi, *Op.Cit.*, halaman 37

(media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan pada para pihak dan keberadaan media ini dalam publik network atas system yang berlawanan dengan private network (sistem tertutup).⁴³

Menurut kamus *Black's Dictionary Seventh Edition e-commerce* didefinisikan:

“E-commerce, The practice of buying and selling goods and services through online consumer services on the internet. The a shortened form of electronic , has become a popular prefix for other terms associated with electronic transaction”

Disini dapat dikatakan bahwa pengertian *e-commerce* yang dimaksud adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa konsumen online di internet. Model transaksi seperti ini dikenal dengan istilah *electronic transaction*.

E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.⁴⁴

⁴³ Abdul Halim Barkatullah. *Op.,Cit* halaman 23

⁴⁴ *Ibid.*, halaman 24

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perkembangan *E-commerce* di Indonesia

Sejarah penemuan teknologi interber diawali di Negara Amerika Serikat. Sejarah internet ini mengalami perkembangan dan membutuhkan waktu cukup panjang. Deskripsi pertama yang terekam secara tertulis mengenai interaksi sosial yang mungkin terjadi melalui sebuah jaringan adalah sebuah buku berjudul *series of memos* yang ditulis oleh J.C.R Licklider Agustus 1962 yang mengemukakan mengenai konsep Galatik Nerwork. Ia memimpikan suatu jaringan global yang menghubungkan setiap orang dengan menggunakan computer, sehingga membuat setiap orang dapat mengakses data dan program dari suatu website.⁴⁵

Perkembangan teknologi informasi khususnya mengenai internet sangatlah pesat. Internet telah menciptakan peluang dan tantangan baru di abad 21 seperti adanya demokratisasi kultur, perubahan bisnis, meningkatkan kesetaraan dan meluasnya jaringan *e-commerce*. Dewasa ini, internet tidak hanya digunakan sebagai salah satu sarana dalam melakukan komunikasi, akan tetapi juga digunakan sebagai sarana dalam melakukan aktivitas ekonomi dalam hal ini jual beli. Oleh karena itu, harus ada dasar hukum yang mengatur hal tersebut guna menjamin kepastian hukum bagi para penggunanya.⁴⁶ Pertumbuhan teknologi informasi yang sangat pesat telah menciptakan peluang bisnis baru. Peluang bisnis baru yang dimaksud adalah adanya sistem perdangan dengan menggunakan internet.⁴⁷

⁴⁵ Misbahuddin. *Op.,Cit* halaman 149

⁴⁶ *Ibid.*, halaman 507

⁴⁷ Mufarizzaturrizkiyah. *Op.,Cit* halaman 3

Perdagangan melalui adanya teknologi elektronik, dengan melakukan pembuatan toko online dan membuat website sebagai bahan etalase dalam mengiklankan barang disebut dengan industri *e-commerce*. Dimana dalam kegiatan ini, internet merupakan hal pokok dan inti dalam berjalan lancarnya transaksi online ini. Adapun kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan oleh *industry e-commerce* yaitu, penjualan barang, pengiriman barang, pengiklanan barang, transaksi, pembayaran pulsa, listrik, dan segala hal yang dapat dilakukan menggunakan internet.⁴⁸

Pada tahun 1970-an, Aplikasi e-Business pertama kali dikembangkan dan digunakan sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan Electronic Fund Transfer (EFT). Dalam perkembangan berikutnya, diketemukannya Elektronik Data Interchange (EDI) yang digunakan untuk mentransfer data secara rutin, seperti dokumendokumen sampai pada transaksi keuangan. Pada tahun 1990 dimana teknologi WWW, semakin maju karena tidak hanya menampilkan data saja melainkan sudah mampu menampilkan data gambar, suara, animasi bahkan video. Pada tahun 2000-an, perkembangan e-Business, semakin pesat dimana banyak perusahaan-perusahaan di Amerika, Eropa, Asia bahkan Indonesia telah beralih dalam konsep memasarkan produkproduknya melalui Internet.⁴⁹

Perdagangan elektronik atau e-Commerce merupakan bagian dari e-Business, dimana cakupan e-Business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan

⁴⁸ Dewa Gede, dkk. 2022. *Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online*. Jurnal Konstruksi Hukum, Vol, 3 Nomor 2 April 2022. halaman 366

⁴⁹ Deasy Purwaningtyas. *Op., Cit* halaman 1

tetapi mencakup juga kolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, sumber daya manusia, lowongan pekerjaan dan lain-lain. Selain teknologi jaringan www, e-Business juga memerlukan teknologi basis data, surat elektronik dan bentuk teknologi nonkomputer yang lain seperti sistem pengiriman barang dan alat pembayaran untuk *e-Commerce* ini. Dalam prosesnya, setiap bisnis tentu tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya interaksi dengan pihak eksternal dari organisasi itu sendiri, seperti para supplier, customer, investor, kreditur, pemerintah dan media. Interaksi ini akan terfasilitasi melalui aplikasi e-Commerce yang dimaksud. Karena itu, pada saat merancang dan membangun aplikasi e-Commerce tersebut harus sudah direncanakan dengan benar, agar fitur-fitur yang ada nantinya dapat memfasilitasi interaksi-interaksi tersebut.⁵⁰

Pada awal keberadaan *e-commerce* di Indonesia keberadaan situs-situs yang menawarkan berbagai produk barang dan jasa belum sebanyak di Negara-negara lain, tetapi perkembangannya menunjukkan arah yang menggembirakan. Tercatat bebrapa situs yang memelopori *e-commerce* antara lain: Sanur.co.id, Javacraft.com, Radioclick.com, Sentralayan.com dan Bll. Com.

Jual beli diatur dalam pasal 1457 KUHPperdata dimana jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Di dalam pasal 1313 KUHPperdata disebutkan suatu persetujuan adalah perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang atau lebih. Apabila pembeli melakukan kata atau persetujuan sepakat dengan penjual maka

⁵⁰ *Ibid.*, halaman 3

terjadilah jual beli tersebut yang juga dinyatakan dalam pasal 1458 KUHPerdara. Disebutkan dalam pasal tersebut bahwa jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang – orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar.⁵¹

Pada pembelian barang dan jasa yang dilakukan dalam transaksi *online* hal ini merupakan salah satu cara kerja dari *e-commerce*, dimana jasa tersebut bisa digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat dan juga instansi-instansi yang ada di Indonesia. Cara pemesanannya adalah berupa penggunaan internet, dengan membayar secara transfer bank ataupun bisa dengan cara *top up* melalui supermarket yang menunjang pembayaran transaksi tersebut Konsep dalam transaksi online *e-commerce* ini adalah seluruh dunia dapat dijangkau dengan adanya internet, dimana masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan melakukan transaksi luar atau dalam negeri. Dalam hal ini pembeli dipermudah dengan melakukan perbelanjaan secara window shopping. Dimana window shopping sendiri konsumen dapat melakukan perbelanjaan online melalui laman web toko online tersebut, adapun fasilitas lain berupa keranjang online, dimana keranjang tersebut dikonsepsikan sebagai keranjang asli dalam toko fisik, sehingga konsumen yang akan membeli barang akan ditaruh terlebih dahulu pada keranjang tersebut sebelum melakukan pembayaran tahap akhir.⁵²

⁵¹ Ika Atikah. 2019. *Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) Era Teknologi*. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol 10 Nomor 2 Juli Desember 2018 halaman 4

⁵² Dewa Gede. *Op.,Cit* halaman 367

Jika berbicara tentang pembayaran, sebenarnya dalam *e-commerce* tidak terlalu jauh beda dengan pembayaran pada toko fisik, namun yang jadi sedikit pembeda adalah jika di toko fisik konsumen dapat membayar secara tunai serta dengan debit card, dalam transaksi online tidak dapat secara tunai, kecuali melakukan perantara seperti pembayaran pada supermarket yang menyediakan pembayaran *e-commerce*. Konsumen juga dapat membayar secara tunai dalam kurir, hal ini dilakukan hanya pada toko online yang menyediakan saja, sehingga konsumen dapat membayar tunai kepada kurir yang akan mengantarkan barang tersebut ke alamat tinggal dari konsumen, transaksi ini disebut dengan COD. Dalam pembayaran transaksi *online* juga diterima menggunakan kartu kredit, dan juga *smartcard*.⁵³

Pada intinya, transaksi jual beli *E-commerce* hampir identik dengan yang dilakukan secara konvensional. Transaksi dilakukan secara online, termasuk memesan dan membayar. Tahapan yang dilakukan dalam melakukan penjualan dan pembelian secara online adalah sebagai berikut:⁵⁴

1. Untuk melakukan pemesanan secara online, gunakan Formulir Pemesanan elektronik yang diberikan oleh penjual. Daftar atau katalog produk (product catalogs) biasanya dijual oleh penjual dan berisi detail produk dan foto. Saat mengisi formulir pemesanan, pembeli/pelanggan harus memberikan informasi pembayaran (billing) serta tujuan pengiriman (shipping). Setelah pengisian formulir pemesanan, Anda akan diarahkan ke langkah-langkah

⁵³ *Ibid.*, halaman 367

⁵⁴ Rezmia. 2022. *Persaingan Usaha Pada Era Digital Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*. Jurnal Karya Ilmia Multidisiplin, Vol, 2 Nomor 1 Januari 2022. halaman 126

berikut untuk konfirmasi pesanan, pemilihan metode pembayaran, dan pengiriman produk:

2. Konfirmasi pembayaran–vendor akan mengkonfirmasi penerimaan pembayaran setelah pembeli/pelanggan melakukan pembayaran.
3. Konfirmasi ketersediaan produk dalam kebanyakan situasi, vendor akan memiliki produk yang siap dijual. Namun, untuk menghindari kekurangan pasokan, penjual harus menilai ketersediaan persediaan yang ada.
4. Pengaturan pengiriman barang-jika barang tersedia, dikirim ke pembeli. Transaksi *e-commerce* dapat mencakup produk fisik dan online. Jika produk berbentuk digital, seperti perangkat lunak, sangat penting untuk memeriksa terlebih dahulu untuk menentukan apakah produk telah diperbarui atau diubah.
5. Pengembalian-Dapat dibayangkan bahwa barang yang dikirim ke klien tidak memenuhi harapan pelanggan. Dalam hal ini, penjual harus dapat menjamin bahwa jika produk yang dikirimkan kepada pembeli tidak sesuai, maka akan dikembalikan kepada penjual.

Transaksi elektronik yang juga merupakan suatu transaksi jual beli tentu saja dalam prosesnya terdapat suatu perjanjian. Perjanjian *e-commerce* yang dilakukan oleh para pihaknya bukan seperti perjanjian pada umumnya, tetapi perjanjian tersebut dapat dilakukan , meskipun tanpa adanya pertemuan langsung antara kedua belah pihak, namun perjanjian antar para pihak tersebut dilakukan secara elektronik. Transaksi elektronik dapat dituangkan dalam sebuah kontrak elektronik, maka kontrak tersebut mengikat para pihak Kontrak elektronik

merupakan wujud otomatisasi pembentukan kontrak dan berlakunya dalam perjanjian transaksi *online*. Penerapan kontrak elektronik bertujuan untuk menciptakan efisiensi biaya, waktu, dan masalah kompleksitas yang terjadi dalam kontrak secara fisik.⁵⁵

Menurut Cavanilas dan Nadal dalam tesis Arsyad pada umumnya jual beli online memiliki beberapa cara dan tipe dalam pelaksanaannya, diantaranya :⁵⁶

1. Transaksi melalui chatting atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet seperti melalui telepon, chatting dilakukan melalui tulisan sedangkan *video conference* dilakukan melalui media elektronik dimana orang dapat melihat gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran.
2. Seseorang yang melakukan transaksi dengan *e-mail*, sebelumnya sudah harus memiliki e-mail address. Selanjutnya sebelum melakukan transaksi, pembeli sudah mengetahui e-mail yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian, pembeli menulis spesifikasi produk alamat pengiriman dan cara pembayaran. Selanjutnya, pembeli akan menerima konfirmasi dari penjual tentang barang yang di order tersebut.

Adapun sisi positif penerapan *e-commerce* dan e-Business adalah sebagai berikut:⁵⁷

1. Revenue Stream baru yang mungkin lebih menjanjikan dan tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.

⁵⁵ Margaretha. 2018. *Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Law Reform, Vol, 14 Nomor 1 Tahun 2018. halaman 93

⁵⁶ Ika Atikah. *Op.,Cit* halaman 5

⁵⁷ Deasy, Purwaningtias, dkk. *Op.,Cit* halaman 3

2. Dapat meningkatkan pangsa pasar (*market exposure*).
3. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*).
4. Melebarkan jangkauan (*global reach*).
5. Meningkatkan *customer loyalty*.
6. Memperpendek waktu produksi dan pemasaran.
7. Meningkatkan mata rantai pendapatan (*value chain*).

Sedangkan sisi negatif penerapan *e-commerce* dan e-Business adalah sebagai berikut:⁵⁸

1. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Tindakan ini bisa menyingkap semua informasi rahasia organisasi kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.
2. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik padam atau jaringan yang tidak berfungsi.
3. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut.
4. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalkan pembobolan sebuah sistem perbankan oleh hacker, kemudian memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.

⁵⁸ *Ibid.*, Halaman 4

5. Kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidak jujuran, praktek bisnis yang tidak benar, dan kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.

E-commerce merupakan salah satu varian dari e-business yang hanya akan secara efektif beroperasi jika prinsip-prinsip ekonomi digital dipenuhi. Dengan kata lain, pengembangan *cyberlaw* yang bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar ekonomi digital dapat berakibat tidak berkembangnya model transaksi bisnis modern ini. Berikut adalah beberapa prinsip penting yang dapat menjadi pertimbangan bagi mereka yang berkepentingan untuk menyusun *cyberlaw*.⁵⁹

1. Pertama, di dalam dunia maya, virtualisasi merupakan konsep utama yang mendasari bentuk dan struktur sebuah perusahaan. Di dalam perusahaan virtual, aset-aset yang bersifat fisik sedapat mungkin ditiadakan. Para pelanggan yang ada di seluruh dunia tidak berhadapan dengan institusi melalui transaksi fisik yang melibatkan bangunan, orang, dan benda-benda riil lainnya, melainkan hanya berhadapan dengan sebuah situs elektronik. Cukup dengan uang \$35 setahun (untuk memesan sebuah domain alamat), sebuah perusahaan dapat berdiri dan menawarkan jasa atau produknya ke berbagai negara, tanpa harus dibebani dengan berbagai urusan administratif. Penerapan pasal-pasal *cyberlaw* yang mempersulit pendirian sebuah perusahaan akan mengurangi niat pemain-pemain baru untuk mendirikan perusahaan virtual, yang artinya akan membuat lesu industri di dunia maya.

⁵⁹ Ricardus. *Op., Cit* halaman 168-169

2. Kedua, model bisnis yang diterapkan cenderung menghilangkan segala bentuk mediasi. Hal ini dimungkinkan terjadi karena melalui jaringan internet, individu dapat dengan mudah melakukan transaksi dengan individu lain (atau antar perusahaan) secara cepat. Fenomena ini adalah bentuk sederhana dari sebuah pasar bebas dimana kedua pihak yang bertransaksi secara sadar melakukan pertukaran jasa atau produk dengan resiko yang disadari bersama. Penerapan pasal-pasal *cyberlaw* yang mengurangi keuntungan maksimum yang selama ini didapatkan oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi akan berakibat berkurangnya frekuensi dan volume bisnis di internet.
3. Ketiga, batasan antara produsen dan konsumen menjadi kabur. Istilah yang berkembang adalah “prosumer” karena model bisnis yang ada di dunia maya memungkinkan seseorang untuk menjadi produsen dan konsumen pada saat yang bersamaan (seperti kasus keanggotaan *American Online*, *E-Groups*, *Geocities*, dsb.). Penerapan pasal-pasal *cyberlaw* yang mendasarkan diri pada sistem ekonomi konvensional (seperti hukum permintaan dan penawaran) akan mencegah tumbuhnya berbagai model bisnis yang selama ini menjadi daya tarik dan keunggulan dari dunia maya.
4. Keempat, adalah suatu kenyataan bahwa sebuah perusahaan virtual tidak dapat mengerjakan seluruh bisnisnya sendiri, melainkan harus melakukan kerja sama dengan berbagai perusahaan virtual lainnya (seperti *merchants*, *content providers*, *technology vendors*, dsb.). Hal ini berakibat adanya ketergantungan antar perusahaan di internet yang sangat tinggi. Penerapan

pasal-pasar *cyberlaw* yang mempermudah sebuah perusahaan untuk gulung tikar akan berakibat runtuhnya bisnis beberapa perusahaan lain yang bergantung padanya.

5. Kelima, sumber daya utama yang mutlak dibutuhkan dalam proses penciptaan produk dan jasa adalah pengetahuan (*knowledge*). Karena pengetahuan pada dasarnya melekat pada sumber daya manusia (unsur-unsur kreativitas, intelektualitas, emosional, dsb.), tidak mengenal batasan negara, dan mudah dipertukarkan maupun dikomunikasikan, maka segala bentuk proteksi menjadi tidak relevan dan efektif untuk diterapkan. Penerapan pasal-pasal *cyberlaw* yang bersifat membatasi dan mengekang individu untuk mempergunakan atau mempertukarkan pengetahuan yang dimilikinya akan berdampak berkurangnya jenis produk atau jasa yang mungkin diciptakan.

Berdasarkan prinsip-prinsip di atas mendorong Indonesia untuk mengeluarkan kebijakan hukum mengenai *e-commerce*, sebagaimana diketahui setelah semakin maraknya *e-commerce* di Indonesia, sehingga demi melindungi aktifitas masyarakat pemerintah mengeluarkan beberapa regulasi.

Di Indonesia *e-commerce* sebagai sebuah perdagangan yang dilakukan melalui sarana elektronik diatur dalam beberapa Peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019.

Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang telah dirubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) merupakan *cyber law* yang pertama dimiliki Indonesia. Perdagangan Elektronik juga didukung dengan Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Pengaturan *e-commerce* dalam undang-undang ini ditujukan agar dapat memberikan kepastian dan kesepahaman mengenai apa yang dimaksud dengan *e-commerce* dan memberikan perlindungan, kepastian kepada pelaku usaha elektronik, penyelenggara *e-commerce*, dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik.⁶⁰

Pengaturan awal tentang *e-commerce* di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang telah dirubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang merupakan *cyber law* pertama yang dimiliki Indonesia. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik bertujuan mengatur hukum diranah internet, baik yang berkaitan dengan aspek pidana, aspek perdata, aspek administrasi negara, dan beberapa aspek lainnya yang berkenaan dengan pembuatan hukum diranah *cyber*. Perdagangan melalui sistem elektronik masuk ke dalam aspek perdata.⁶¹

Menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang ITE, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan

⁶⁰ Margaretha. *Op., Cit* halaman 93-94

⁶¹ Rahmanda. 2020. *Aspek Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Yang Tidak Memiliki Siup Berdasarkan Hukum Positif Indonesia*. Jurnal Universitas Mataram. halaman 3

komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Sementara, transaksi adalah aspek materil dari hubungan hukum yang disepakati dan bukan mengenai perbuatan hukum secara formal. Jual beli *online* dapat dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Teknologi Elektronik . Menurut pasal 1 ayat 2 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE menjelaskan tentang transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.⁶²

Bagian kedua dari Undang-Undang ITE yang berkaitan dengan *e-commerce* adalah mengenai asas dan tujuan yang harus dipenuhi saat pengguna dalam hal ini penjual dan pembeli melakukan transaksi di dalam *e-commerce*. Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang ITE disebutkan bahwa dalam melakukan transaksi elektronik haruslah didasarkan pada asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.

Bagian ketiga yaitu terkait dengan pengaturan pelaku usaha dalam transaksi di dalam *e-commerce*. Berdasarkan Pasal 9 dan Pasal 10 Undang-Undang ITE diatur bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Selain itu, diatur juga bahwa setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik dapat disertifikasi oleh lembaga sertifikasi keandalan.⁶³

⁶² Saprida, dkk. 2023. *Legalitas Transaksi Jual Beli Online di Indonesia*. Jurnal Ekonomika shala, Vol, 8 Nomor 2 Februari 2023. halaman 320

⁶³ *Ibid.*, halaman 508

Bagian keempat terkait dengan transaksi elektronik secara umum. Hal tersebut, tepatnya diatur dalam BAB V mengenai transaksi elektronik dari Pasal 17 sampai dengan Pasal 22 Undang-Undang ITE. Inti dari bagian transaksi elektronik tersebut adalah dalam melakukan transaksi elektronik haruslah didasari oleh itikad baik, transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak, penyelesaian sengketa atas transaksi elektronik, dan tanggungjawab mengenai pengirim dan penerima dalam transaksi elektronik.⁶⁴

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Undang-Undang perdagangan ini merupakan manifestasi dari keinginan untuk memajukan sektor perdagangan yang dituangkan dalam kebijakan perdagangan dengan mengedepankan kepentingan nasional. Hal ini sangat jelas dalam Pasal 2 huruf (a) Undang-Undang Perdagangan tersebut yang menyatakan bahwa: “Kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional”. Kepentingan nasional tersebut antara lain meliputi: mendorong pertumbuhan ekonomi, mendorong daya saing perdagangan, melindungi produksi dalam negeri, memperluas pasar tenaga kerja, perlindungan konsumen, menjamin kelancaran/ketersediaan barang dan jasa, penguatan UMKM dan lain sebagainya.

Terkait dengan *e-commerce*, dalam Undang-Undang Perdagangan juga telah mengatur mengenai perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce*, yang diatur dalam pasal 65 dan 66. Pemberlakuan aturan *e-commerce* yang tercantum di dalam Undang-Undang Perdagangan ini berlaku untuk skala internasional. Maksudnya adalah seluruh transaksi elektronik yang dilakukan

⁶⁴ *Ibid.*, halaman 508

pelaku usaha dalam negeri dan luar negeri, yang menjadikan Indonesia sebagai pasar wajib mematuhi aturan *e-commerce* yang ada di dalam Undang-Undang Perdagangan dan peraturan pelaksanaannya. Dalam Undang-Undang Perdagangan ini, Pemerintah mengatur bagaimana transaksi elektronik dan bisnis online dapat dipertanggungjawabkan oleh pelaku bisnis dan dapat memberikan perlindungan terhadap konsumen. Tujuan dari pengaturan *e-commerce* dalam Undang-Undang Perdagangan adalah untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dan juga bagi para pelaku usaha. Dalam pasal 65 Undang-Undang Perdagangan ini mewajibkan pelaku usaha *e-commerce* untuk menyediakan data dan /atau informasi secara lengkap dan benar sehingga akan memudahkan untuk menelusuri legalitasnya. Hal ini sangat baik dalam segi perlindungan konsumen namun, implementasi dari ketentuan ini akan sulit terwujud jika aturan pelaksanaannya tidak segera diterbitkan oleh pemerintah, karena *e-commerce* itu sendiri sangat kompleks dan terjadi di lintas negara.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Pengaturan *e-commerce* di Indonesia secara spesifik baru-baru ini diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.⁶⁵ Peraturan pemerintah ini dikeluarkan untuk melaksanakan Pasal 66 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan bahwa:

⁶⁵ Rahmanda. *Op.,Cit* halaman 4

Lingkup pengaturan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) menurut Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik meliputi:

1. Pihak yang melakukan PMSE;
2. Persyaratan dalam PMSE;
3. Penyelenggaraan PMSE;
4. Kewajiban Pelaku Usaha;
5. Bukti transaksi PMSE;
6. Iklan Elektronik;
7. Penawaran Secara Elektronik, Penerimaan Secara Elektronik, dan Konfirmasi Elektronik; Kontrak Elektronik;
8. Perlindungan terhadap data pribadi;
9. Pembayaran dalam PMSE;
10. Pengiriman Barang dan Jasa dalam PMSE;
11. Penukaran Barang atau Jasa dan pembatalan pembelian dalam PMSE;
12. Penyelesaian sengketa dalam PMSE; dan
13. Pembinaan dan pengawasan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, maka dasar hukum *e-commerce* di Indonesia terdiri dari 3 peraturan yakni Undang-Undang ITE, Undang-Undang Perdagangan dan Peraturan Menteri Perdagangan, ketiga regulasi tersebut merupakan dasar pemberlakuan *e-commerce* di Indonesia

B. Mencegah Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Sistem Perdagangan Secara elektronik (*E-commerce*)

Transformasi digital menantang sistem ekonomi konvensional masyarakat yang sudah mapan, tidak terkecuali hukum persaingan. 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, di sisi lain juga dapat menimbulkan masalah persaingan usaha dan menciptakan kebutuhan akan peraturan baru. Karena efeknya pada masyarakat jauh melampaui konteks teknologi digital saja, masalah yang timbul dari digitalisasi menjadi semakin relevan bagi pembuat kebijaksanaan pemangku kepentingan, yaitu pemerintah.⁶⁶ Manfaat yang diperoleh dari adanya *e-commerce* antara lain:⁶⁷

1. *E-commerce* memperluas *market place* hingga ke pasar nasional dan internasional. Dengan *capital outlay* yang minim, sebuah perusahaan dapat secara mudah menemukan lebih banyak pelanggan, *supplier* yang lebih baik, dan partner bisnis yang paling cocok dari seluruh dunia. Misalnya tahun 1997

⁶⁶ M. Afif Hasbullah. 2020. *Penegakan Hukum Persaingan Usaha Dalam Sektor Ekonomi Digital*, Jurnal Vol, 4 Nomor 1 Tahun 2020. halaman 588-589

⁶⁷ Misbahuddin. *Op., Cit* halaman 161-162

Boeng *Coporation* menyatakan bisa melakukan penghematan sebesar 20 % setelah memasang pemberitahuan di internet yang berisi pembukaan pengajuan proposal untuk membuat suatu sub-sistem. Sebuah Vender kecil di Hungaria mengajukan proposal dan memenangkan tawar-menawar yang dilangsungkan secara elektronik. Akhirnya tidak hanya lebih cepat, sus sistem itupun dikirim dengan cepat.

2. *E-commerce* menurunkan biaya pembuatan, pemporsesan, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas. Misalnya dengan menggunakan sistem *procurement* elektronik, perusahaan dapat memangkas biaya administrative bagi *purchasing* sebesar 85 %. Contoh lain seperti *benefit payment*. Bagi pemerintah federal AS biaya untuk mengeluarkan selebar cek kertas adalah 43 cent. Biaya pembayaran elektronik adalah 2 cent. Penghematan ini menjadi lebih dari 100 juta dolar pertahun.
3. *E-commerce* memungkinkan pengurangan *inventory* dan *overhead* dengan menyederhanakan *supply chain management tipe pull* dalam *supply chain management tipe pull*, proses dimulai dari pesanan pelanggan serta digunakan *manufacturing just-in-time*.
4. Pemrosesan *pull type* memungkinkan *customization* produk dan layanan yang sebetulnya mahal menjadi lebih memiliki keunggulan komparatif bagi yang menerapkan. Satu contoh klasik adalah *dell computers corp*.
5. *E-commerce* mengurangi waktu antara *outlay* modal dan penerimaan produk dan jasa

Perdagangan secara digital dapat dipahami sebagai suatu proses bisnis yang dilakukan melalui perantara sistem baik melalui laman web maupun aplikasi, mulai dari proses pembelian, penjualan, pembayaran, informasi produk, dan layanan yang memanfaatkan internet. Secara struktur pasar tentu pasar digital mempunyai struktur yang berbeda dengan pasar konvensional. Pasar digital mempunyai struktur berlapis yang dapat dimaknai bahwa dalam pasar digital dapat mempertemukan dua atau lebih grup dalam platform digital. Bahwa yang terjadi tidak hanya persaingan antar penyedia jasa melainkan juga terhadap penyedia platform digital. Oleh karena itu, kondisi yang demikian berbeda perlu diimbangi dengan pengawasan dengan mekanisme yang lebih kompleks sebagai upaya mencegah terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.⁶⁸

Secara konstitusional, pengaturan persaingan usaha sebenarnya didasarkan pada Pasal 33 Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menegaskan, bahwa perekonomian Indonesia mengandung makna yang sangat esensial, yaitu demokrasi ekonomi. Dengan demikian, demokrasi dalam bidang ekonomi diorientasikan untuk kesejahteraan rakyat dengan memberi kesempatan yang sama bagi seluruh pelaku usaha untuk berpartisipasi aktif dalam proses produksi dan pemasaran barang/jasa dalam iklim usaha yang sehat.⁶⁹

Selain undang-undang yang secara khusus mengatur tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, ada sejumlah peraturan perundang-undangan yang pada prinsipnya menjadi dasar ketentuan hukum larangan praktik

⁶⁸ Rohmat. 2022. *Urgensi Pembentukan Undang-Undang Pasar Digital Sebagai Instrumen Pengawasan Persaingan Usaha di Era Digital*. Jurnal Persaingan Usaha, Vol, 2 Nomor 2 Tahun 2022. halaman 121

⁶⁹ Rumadi Ahmad. *Op., Cit* halaman 17

persaingan curang dan monopoli. Namun, undang-undang ini bersifat parsial dan tersebar dalam sejumlah undang-undang yang dinilai kurang mendukung pelaksanaan iklim persaingan usaha yang sehat.⁷⁰ Undang-undang tersebut antara lain:⁷¹

1. Pertama, Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Pasal 1365, yang menyatakan bahwa “tiap perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.” Berdasarkan pasal ini, pelaku usaha yang menderita kerugian sebagai akibat dari persaingan usaha yang tidak jujur dan tidak sehat yang dilakukan pesaing usahanya dapat menuntut pelaku usaha yang bersangkutan sepanjang dapat dibuktikan bahwa adanya hubungan kausal antara perbuatan yang dilakukan pesaing usahanya dengan kerugian yang dideritanya sebagai akibat dari perbuatan pesaing usahanya, sehingga mewajibkan pesaing usahanya untuk bertanggung gugat.
2. Kedua, Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP) yang melarang perdagangan curang, perbuatan curang dalam perdagangan, atau persaingan curang. Pasal 382 bis KUHP. Pasal 382 bis KUHP mengatur perbuatan penipuan di bidang usaha bisnis tertentu yang bertujuan semata-mata untuk mementingkan dan menguntungkan usaha sekelompok orang maupun seseorang dengan cara merugikan kepentingan pelaku usaha lainnya. Berdasarkan pasal ini, perbuatan pidana persaingan curang harus memenuhi

⁷⁰ *Ibid.*, halaman 19

⁷¹ *Ibid.*, halaman 19-22

unsur sebagai berikut: 1. adanya tindakan tertentu yang dikategorikan sebagai persaingan curang; 2. perbuatan persaingan curang tersebut dilakukan dalam rangka mendapatkan hasil perdagangan atau perusahaan, melangsungkan hasil perdagangan atau perusahaan, dan memperluas hasil perdagangan atau perusahaan; 3. perusahaan yang diuntungkan karena persaingan curang tersebut, baik perusahaan si pelaku maupun perusahaan lain; 4. perbuatan pidana persaingan curang tersebut dilakukan dengan menyesatkan khalayak umum dan/atau menyesatkan orang tertentu; 5. akibat dari perbuatan pidana persaingan curang tersebut: a. menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkuren dari si pelaku atau b. menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkuren dari orang lain yang diuntungkan dengan perbuatan si pelaku.

3. Ketiga, Undang-undang Nomor 50 Tahun 1960 tentang Peraturan Dasar Pokok-pokok Agraria (UUPA) yang telah melarang monopoli di bidang pertanahan. Pasal 13 Ayat (2) UUPA menetapkan bahwa pemerintah mencegah adanya usaha-usaha dalam lapangan agraria dari organisasi dan perseorangan yang bersifat monopoli swasta.

4. Keempat, Undang-undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian yang mengatur pencegahan perbuatan monopoli dan persaingan tidak sehat antara perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan industri sehingga tidak merugikan masyarakat. Pasal 7 Undang-Undang Perindustrian menyatakan “Pemerintah melakukan pengaturan, pembinaan, dan pengembangan terhadap industri, untuk: 1. mewujudkan perkembangan industri yang lebih baik, secara sehat dan berhasil guna; 2. mengembangkan persaingan yang baik dan sehat

serta mencegah persaingan yang tidak jujur; 3. mencegah pemusatan atau penguasaan industri oleh satu kelompok atau perorangan dalam bentuk monopoli yang merugikan masyarakat.

5. Kelima, Undang-Undang Usaha Kecil (UU Nomor 9 Tahun 1995) Pasal 8 yang menyatakan “Pemerintah menumbuhkan iklim usaha dalam aspek persaingan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 Ayat (1) huruf b dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijaksanaan untuk: a meningkatkan kerja sama sesama usaha kecil dalam bentuk koperasi, asosiasi, dan himpunan kelompok usaha untuk memperkuat posisi tawar usaha kecil; b mencegah pembentukan struktur pasar yang dapat melahirkan persaingan yang tidak wajar dalam bentuk monopoli, oligopoli, dan monopsoni yang merugikan usaha kecil; c mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perseorangan atau kelompok tertentu yang merugikan usaha kecil.

Berbagai peraturan tersebut merupakan landasan hukum persaingan usaha tidak sehat sebelum adanya pembaharuan, namun saat ini aturan hukum tersebut sudah tidak lagi menjadi acuan mengenai persaingan usaha tidak sehat, karena hal tersebut telah diatur di Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Merujuk pada Pasal 1 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999, yang dimaksud dengan praktek monopoli sendiri ialah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. Sementara itu, yang dimaksud

dengan persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.⁷²

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak bertujuan melindungi persaingan usaha demi kepentingan persaingan itu sendiri. Oleh karena itu ketentuan Pasal 3 tidak hanya terbatas pada tujuan utama undang-undang persaingan, yaitu sistem persaingan yang bebas dan adil, di mana terdapat kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi semua pelaku usaha, sedangkan perjanjian atau penggabungan usaha yang menghambat persaingan serta penyalahgunaan kekuasaan ekonomi tidak ada (huruf b dan c), sehingga bagi semua pelaku usaha dalam melakukan kegiatan ekonomi tersedia ruang gerak yang luas. Tujuan ini telah ditegaskan dalam huruf b dan c dari bagian pembukaan. Selain itu, Pasal 3 menyebutkan tujuan sekunder undang-undang persaingan, yang ingin dicapai melalui sistem persaingan yang bebas dan adil, kesejahteraan rakyat dan suatu sistem ekonomi yang efisien (huruf a dan d), tujuan-tujuan yang mana sudah disebutkan dalam huruf a dan b bagian pembukaan. Sehingga seharusnya sebagai konsekuensi terakhir tujuan kebijakan ekonomi, yaitu penyediaan barang dan jasa yang optimal bagi para konsumen.⁷³

⁷² Adis Nurhayati. 2019. *Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Vol 21 Nomor 1 Maret 2021. halaman 113

⁷³ I Ketut Sukewati Lanang Putra Perbawa. 2021. *Tinjauan Yuridis Persaingan Usaha Tidak Sehat Antar Online Shop Pada Masa Pandemi Covid 19*. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora, Vol, 5 Nomor 1 2021. halaman 149

Sebelumnya persaingan usaha tidak sehat hanya dikenal pada kegiatan usaha yang berbau konvensional, namun seiring perkembangan teknologi kegiatan usaha tidak hanya dilakukan secara konvensional, kegiatan usaha sudah dilakukan dengan menggunakan internet yang biasa dikenal dengan *e-commerce*.

Pasar digital hadir sebagai proses baru dalam perdagangan yang akan menimbulkan persaingan usaha dengan model baru yang lebih kompleks. Persaingan usaha tidak hanya dalam lingkup pasar konvensional, melainkan juga pelaku usaha baru di pasar digital. Persaingan usaha merupakan hal wajar yang terjadi dalam perdagangan yang dapat memberikan manfaat dalam menopang pertumbuhan perekonomian. Persaingan usaha juga memberikan manfaat kepada konsumen sehingga konsumen mempunyai pilihan dalam menentukan barang atau jasa yang digunakan. Akan tetapi, persaingan usaha akan menjadi suatu masalah ketika persaingan yang terjadi antar pelaku usaha tidak dapat dikontrol dan diawasi sehingga dapat memberikan dampak buruk. Terlebih sampai dengan saat ini belum ada regulasi mengenai persaingan usaha dalam pasar digital. Hal tersebut akan mempengaruhi pelaksanaan tugas KPPU dalam melakukan pengawasan dan penegakan hukum persaingan usaha yang justru menimbulkan permasalahan yang lebih kompleks. Regulasi yang mengatur secara komprehensif menjadi penting dan diperlukan dalam mengoptimalkan peran pengawasan KPPU di pasar digital.⁷⁴

Model bisnis pasar konvensional telah mengalami perubahan besar akibat praktik persaingan bisnis pasar digital yang berkembang di Industri 4.0, membuat aturan yang sudah ada menjadi tidak efektif dalam melakukan pengawasan di pasar

⁷⁴ Rohmat. *Op.,Cit* halaman 122

digital. Dengan demikian, regulator harus mengubah perspektif mereka untuk menegakkan hukum di bidang usaha. Untuk dapat mengukur pengaruh pelaku bisnis di pasar, legislator harus terlebih dahulu memahami sifat dinamis dari model bisnis digital. Selain itu, legislator juga memiliki kendala dengan definisi pelaku usaha dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. KPPU sebagai organisasi yang otonom mempunyai kendala dalam kemampuannya dalam melaksanakan tugas penegakan hukum di bidang persaingan usaha tidak sehat karena terdapat batasan definisi istilah “pelaku usaha” dan “persaingan usaha”. Kerangka peraturan peraturan perundang-undangan yang komprehensif bagi pelaku usaha diperlukan agar KPPU memiliki kemampuan untuk memantau pelaku usaha yang tidak hanya beroperasi di Indonesia tetapi juga yang berada di luar negeri tetapi kegiatan usahanya berpengaruh terhadap transaksi usaha di dalam negeri.⁷⁵

Ditinjau dari persepektif hukum persaingan usaha, kondisi dan tantangan dalam penyelenggaraan *e-commerce* tak lain adalah berkenaan dengan adanya potensi terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat pada sektor bersangkutan. Disamping itu, penegakan hukum persaingan usaha di sektor *e-commerce* turut menghadapi tantangan yang berkaitan dengan belum diadopsinya pengaturan mengenai prinsip ekstrateritorialitas dalam hukum persaingan usaha Indonesia.⁷⁶

Praktik perdagangan di pasar digital tidak tercakup dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Pengertian pelaku usaha dalam Undang-Undang Nomor 5

⁷⁵ *Ibid.*, halaman 124

⁷⁶ Adis Nurhayati. *Op.,Cit* halaman 112

Tahun 1999 masih terbatas pada orang-orang yang melakukan kegiatan usaha di dalam batas-batas negara Indonesia. Akibatnya, pelaku usaha yang beroperasi di luar kerangka hukum Indonesia namun berdampak pada perekonomian Indonesia tidak termasuk dalam definisi pelaku usaha, sehingga KPPU tidak dapat melakukan tindakan apapun. Contoh ketertinggalan ketentuan peraturan perundang-undangan tersebut saat ini antara lain kurangnya peraturan perUndang-Undangan yang berkaitan dengan pasar digital dan pembatasan definisi pelaku usaha dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Oleh karena itu, menjadi hal penting untuk mengubah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 agar dapat menangani baik transaksi di pasar digital maupun tanggung jawab dan wewenang KPPU terkait praktik persaingan usaha di luar pasar digital. Perubahan atau pembaharuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 akan berfungsi sebagai alat hukum dan ekonomi untuk menjamin persaingan usaha antara pelaku usaha dapat terjadi secara adil baik di pasar tradisional maupun pasar digital.⁷⁷

Ketentuan pelaku usaha pada Undang-Undang Persaingan Usaha masih sebatas di penyelenggara atau pelaku usaha yang melakukan aktivitas bisnis pada daerah hukum negara Indonesia saja, jika seseorang membuat bisnis diluar daerah hukum negara Indonesia maka hal itu bukan tergolong dalam lingkup penyelenggara usaha yang menyebabkan KPPU untuk berhenti melakukan penindakan. Jadi, perlu adanya peraturan yang komprehensif mengenai pelaku usaha sehingga KPPU dapat mempunyai wewenang dalam melakukan pengawasan terhadap sebuah perjalanan bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis yang tidak

⁷⁷ Rohmat. *Op.,Cit* halaman 125

hanya melakukan kegiatan usaha di Indonesia, namun diharapkan berlaku terhadap penyelenggaraan bisnis yang memiliki usaha di luar Negara Indonesia berskala internasional yang kegiatan usahanya berdampak terhadap transaksi bisnis didalam negeri yaitu Indonesia.⁷⁸

Banyak perusahaan dalam era ekonomi digital yang beroperasi di industri yang dapat dicirikan sebagai *multisided 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.⁷⁹

⁷⁸ Ni Komang Sri Adnyani. 2023. *Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha Berkaitan Dengan Predatory Pricing Dalam Bisnis Layanan Online Food Delivery*. Jurnal Kertha Semaya, Vol 11 Nomor 2 Tahun 2023. halaman 405

⁷⁹ M. Afif. Hasbullah. *Op., Cit* halaman 594-595

Fakta bahwa pelaku usaha asing yang aktif menawarkan dan/atau memperdagangkan secara digital kepada konsumen yang berbasis di Indonesia dan memenuhi persyaratan yang dianggap memenuhi keberadaan fisik di Indonesia sebagian besar telah diakomodasi oleh Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Aturan tersebut setidaknya memperjelas bahwa pelaku pasar digital yang memenuhi persyaratan dalam Pasal 7 PP Nomor 80 Tahun 2019 dapat disebut sebagai “Pelaku Usaha” berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Akibatnya, persyaratan hukum persaingan usaha Indonesia harus diikuti oleh pelaku usaha asing. Oleh karena Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak menerapkan konsep ekstrateritorial, sulit bagi pelaku korporasi internasional yang berdampak merugikan bagi Indonesia untuk menegakkan pembatasan tersebut.⁸⁰

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 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tersebut.⁸¹

Berdasarkan justifikasi tersebut di atas, penting untuk mengubah atau mengganti peraturan saat ini agar sesuai dengan keadaan. Namun, ketika

⁸⁰ Rohmat. *Op., Cit* halaman 125

⁸¹ M. Afif Hasbullah. *Op., Cit* halaman 594

membentuk Undang-Undang Pasar Digital, pertimbangan ekstrateritorial harus diperhitungkan. Pada kenyataannya, KPPU menggunakan metode interpretatif dalam menertibkan pelaku usaha yang beroperasi di luar wilayah Indonesia dan menerapkan hukum. Penerapan prinsip tersebut menjadi penting terhadap kondisi khusus perluasan yurisdiksi. Dengan demikian penegakan Undang-Undang Pasar Digital dan segenap peraturan pelaksanaannya dapat diberlakukan bagi para aktor perdagangan digital.⁸²

C. Komisi Persaingan Usaha Dalam Melakukan Pengawasan Terhadap

Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam *E-commerce*

Bentuk sebuah persaingan usaha tidak sehat dalam kegiatan bisnis digital yaitu adanya sebuah praktek digital *monopoly* atau monopoli digital. KPPU dalam hal tersebut memiliki beberapa peran seperti dengan mencegah serta menindak para penyelenggara usaha yang melaksanakan usahanya melanggar aturan dan menyebabkan persaingan usaha tidak sehat antara lain adanya penyalahgunaan posisi dominan, perjanjian eksklusif, *predatory pricing*, dan sebagainya. Dampak jika terjadi praktek monopoli digital yaitu mengakibatkan terhambatnya persaingan dan inovasi dalam pembuatan dan pelaksanaan platform digital. Para penyedia usaha besar tentu memiliki kekuatan besar juga dalam halnya mengontrol pasar serta pelanggan atau konsumen dengan melakukan hambatan masuk terhadap pesaing lain.⁸³

⁸² Rohmat. *Op.,Cit* halaman 125

⁸³ Ni Komang. *Op.,Cit* halaman 404

Perkembangan ekonomi global telah mempengaruhi jenis usaha dan model transaksi dalam kegiatan usaha. Perkembangan teknologi menghadirkan berbagai jenis usaha baru yang menjadikan teknologi sebagai basis utama transaksi, baik untuk penawaran maupun pembayaran. Timbulnya model baru dalam bertransaksi antara penjual dan pembeli telah merubah seluruh metode yang telah diatur dalam undang-undang mengenai hubungan hukum antara keduanya. Munculnya suatu industri baru tentu menjadi perhatian penting berbagai pihak, dalam rangka memberikan optimalisasi dalam industry tersebut sehingga dapat menghadirkan kemanfaatan bagi para pihak yang berada didalamnya, hal itu yang menjadi fokus KPPU sebagai lembaga negara yang diberikan kewenangan oleh undang-undang untuk menjaga kegiatan bisnis berjalan dengan kondusif.⁸⁴

Pada perspektif hukum persaingan usaha, dalam penyelenggaraan usaha dengan menggunakan transaksi digital atau biasa disebut dengan *E-commerce* bisa terjadi saat pelaku usaha membentuk sebuah *website* sebagai *platform* media elektronik atau media sosial untuk melakukan transaksi serta menyampaikakan informasi harga yang sama dalam setiap *website* menggunakan tampilan yang tidak sama agar konsumen tertarik untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan, dimana para konsumen mengetahui harga yang disertakan memang harga pasar. Dengan pengertian lain *E-commerce* dapat diberikan pengertian sebagai segala bentuk kegiatan transaksi dengan memanfaatkan media

⁸⁴ Basri Efendi. 2020. *Pengawasan dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Jurnal Syiah Kuala, Vol 4 Nomor 1 April 2020. halaman 26

elektronik sebagai media pembantu kelancaran transaksi dalam pelaksanaan sebuah aktivitas usaha berbisnis dengan jenis barang atau jasa yang ditawarkan.⁸⁵

Setiap kegiatan usaha akan menjadi objek pengawasan oleh KPPU dan penindakan jika melakukan persaingan usaha tidak sehat, hal itu juga berlaku juga untuk bisnis digital. Bisnis digital dapat dipahami sebagai perdagangan secara online/ *e-commerce* dengan menggunakan sistem perdagangan elektronik yang mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan, atau informasi melalui jaringan internet.⁸⁶

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) adalah lembaga penegak hukum dalam bidang persaingan usaha dan status yang diberikan kepada KPPU adalah sebagai pengawas pelaksanaan Undang–Undang Persaingan Usaha. KPPU adalah manifestasi implementasi daripada Undang–Undang Persaingan Usaha yang mengamanatkan untuk dibentuknya suatu lembaga untuk menegakkan Undang–Undang Persaingan Usaha sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 30 ayat (1) yang berbunyi: Untuk mengawasi pelaksanaan Undang–Undang ini dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang selanjutnya disebut Komisi.⁸⁷

Berdasarkan penyelenggaraan bisnis dan adanya persaingan usaha lembaga KPPU memiliki kedudukan yang penting dalam melaksanakan sebuah penegakan yaitu penegakan hukum persaingan usaha khususnya pada bisnis yang menerapkan sistem *E-commerce* dan telah membagi model bisnis digital kedalam 10 model atau

⁸⁵ Ni Komang. *Op., Cit* halaman 404-405

⁸⁶ Basri Efendi. *Op., Cit* halaman 23

⁸⁷ Alston Chandra dan Sari Murti Widiyastuti Y. 2020. *Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Mendorong Iklim Persaingan Usaha Yang Sehat di Sektor Perunggasan*. FH Universitas Atma Jaya Yogyakarta. halaman 6

jenis, sebagai berikut: daily deals, bank, classified deals, infrastructure, market place, directory, payment, logistic, online retail dan travel. Pada mulanya, KPPU dikategorikan sebagai sebuah bentuk lembaga negara yang memiliki karakteristik komplementer (*state auxiliary organ*), undang-undang memberikan kewenangan kepada KPPU untuk menegakan hukum di Indonesia kepada setiap penyelenggaraan sebuah usaha bisnis yang dilaksanakan di Indonesia. Pembentukan KPPU bertujuan untuk menindaklanjuti dan mencegah adanya persaingan usaha tidak sehat serta melahirkan suatu gagasan persaingan usaha yang aman dan damai dalam negeri. Selain KPPU, Pengadilan Negeri (PN) dan Mahkamah Agung (MA) diberikan kewenangan untuk menyelesaikan perkara yang mengandung sebuah unsur usaha yang dilarang. Maka dari itu KPPU dibentuk sebagai lembaga khusus yang diberikan tugas dan kewenangan untuk menciptakan dan melahirkan sebuah suasana damai dan tertib dalam penyelenggaraan usaha dan menimbulkan sebuah persaingan usaha yang teratur dan kondusif.⁸⁸

Melihat kembali pada Pasal 30 ayat (1) telah jelas bahwa Undang – Undang Persaingan Usaha memberikan amanat untuk membentuk suatu lembaga pengawas dibidang persaingan usaha, dimana lembaga ini berstatus sebagai pengawas pelaksanaan Undang–Undang Persaingan Usaha dan merupakan lembaga quasi independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lainnya serta bertanggung jawab kepada Presiden.⁸⁹

⁸⁸ Ni Komang. *Op.,Cit* halaman 406

⁸⁹ Alston Chandra. *Op.,Cit* halaman 6

KPPU merupakan lembaga khusus yang mempunyai tugas ganda, selain menciptakan ketertiban dalam persaingan usaha, KPPU juga berperan untuk menciptakan dan memelihara iklim persaingan usaha yang kondusif.⁹⁰ Undang – Undang Persaingan Usaha telah menjelaskan tugas KPPU sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 35 yang berbunyi:

1. Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16.
2. Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24.
3. Melakukan penilaian terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28.
4. Mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36.
5. Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
6. Menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang– Undang ini.

⁹⁰ *Ibid.*, halaman 6

7. Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Tugas KPPU sebagaimana yang diatur dalam undang-undang tersebut memberikan kewenangan untuk mengawasi setiap kegiatan usaha, termasuk usaha dengan platform digital. Dalam konteks bisnis digital, KPPU memiliki Deputi Pencegahan yang memiliki tugas mengawasi bisnis platform digital dengan mengawasi terjadinya perilaku diskriminasi.⁹¹ Disisi lain, KPPU juga berperan dalam melindungi seluruh pelaku ekonomi agar tetap berada dalam jalur persaingan usaha yang sehat dan adil. Dari aspek kebijakan KPPU juga memiliki kewenangan untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah mengenai kebijakan maupun pembentukan peraturan perundang-undangan tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, khususnya dalam sektor ekonomi digital. KPPU dalam kapasitasnya sebagai lembaga independen juga bertindak sebagai penengah dalam mengawasi jalannya bisnis dan persaingan usaha dalam ekonomi digital.⁹¹

Dengan demikian, KPPU berwenang dalam melaksanakan penelitian dan penyelidikan serta memutuskan apakah terjadi pelanggaran pelaku usaha sesuai dengan ketentuan aturan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Apabila dalam proses pemutusan pelanggaran adanya keberatan oleh pelaku kegiatan usaha terhadap keputusan yang diberikan KPPU maka akan diberikan sebuah kesempatan dengan pemberian tenggat waktu selama 14 hari setelah pelaku bisnis mendapatkan pemberitahuan putusan dan dapat segera melakukan pengajuan

⁹¹ Basri Efendi. *Op., Cit* halaman 27

keberatan ke Pengadilan Negeri. Apabila penyelenggara atau pelaku usaha tidak melaksanakan keputusan KPPU sesuai dengan jangka waktu yang ditetapkan, KPPU dapat memberikan putusan tersebut kepada pihak yang berwajib yaitu diserahkan kepada penyidik untuk dilaksanakannya penyidikan sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 44 Ayat 4 dan 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.⁹²

Kewenangan KPPU dalam penyelesaian suatu perkara persaingan usaha, KPPU diharuskan untuk berpedoman pada Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Berdasarkan aturan tersebut dicantumkan secara jelas bahwa sumber perkara KPPU bersumber dari laporan dan inisiatif KPPU sendiri. Untuk perihal sumber perkara yang yang berasal dari laporan, diperlukan tahapan awal yaitu pelaporan dari pihak atau orang yang mengetahui bahwa telah terjadi suatu pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap Undang-Undang Republik Indonesia No.5 Tahun 1999 tentang Praktek Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Laporan tersebut ditujukan kepada ketua Komisi melalui kantor pusat komisi, kantor perwalian komisi di daerah atau aplikasi pelaporan secara daring dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dan ditandatangani oleh Pelapor. Laporan sebagaimana dibuat dalam bentuk tertulis dengan ketentuan paling sedikit berisi identitas pelapor dan terlapor, uraian secara jelas mengenai dugaan pelanggaran Undang-Undang, dan alat bukti dugaan pelanggaran. Selanjutnya laporan tersebut berdasarkan Pasal 6 angka 4

⁹² Ni Komang. *Op.,Cit* halaman 406-407

laporan dapat dilanjutkan ke tahap penyelidikan apabila telah memenuhi persyaratan seperti kelengkapan administrasi laporan; kejelasan dugaan pasal Undang-Undang yang dilanggar; kesesuaian kompetensi absolut Komisi; dan terdapat sekurang-kurangnya 1 (satu) alat bukti.⁹³

Selain dengan adanya pelaporan, KPPU dalam mencari suatu pelanggaran terkait persaingan usaha juga dapat dilakukan dengan inisiatif dari KPPU sendiri sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 10 ayat 3 Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dimana pelanggaran tersebut diperoleh dari data dan informasi yang bersumber dari hasil kajian, temuan dalam proses pemeriksaan, hasil rapat dengar pendapat yang dilakukan komisi, laporan yang tidak lengkap, berita di media dan/atau data atau informasi lain yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam Pasal 14 dijelaskan bahwa laporan hasil penelitian inisiatif tersebut dapat dilanjutkan ke tahap penelitian jika dapat memenuhi persyaratan yaitu kesesuaian kompetensi absolut Komisi; deskripsi data dan/atau informasi yang valid tentang dugaan pelanggaran Undang-Undang; kejelasan dugaan pasal Undang-Undang yang dilanggar; dan terdapat sekurang-kurangnya 1 (satu) alat bukti.⁹⁴

Peranan KPPU dalam penegakan hukum persaingan usaha pada sektor *e-commerce* sejatinya tidaklah hanya sebatas pada peran pengawasan, konsultasi,

⁹³ Adinda Suci Rahayu dan Suherman. 2022. *Analisis Dugaan Praktek Jual Ruhi Produk Impor Melalui Situs E-Commerce Shopee*. Jurnal Uneslaw Review, Vol, 4 Nomor 4 Juni 2022. halaman 443

⁹⁴ *Ibid.*, halaman 443

maupun penyelidikan atas tindakan anti persaingan usaha KPPU memiliki kewenangan dan tugas yang sangat luas, yang meliputi wilayah yudikatif, legislatif maupun eksekutif. Kewenangan yudikatif KPPU antara lain seperti kewenangan untuk melakukan penyelidikan, memutus, bahkan menjatuhkan sanksi administrative atas perkara yang diperiksanya. Kewenangan legislatif yakni berkenaan dengan kewenangan KPPU yang dapat membuat peraturan-peraturan yang tidak hanya berlaku internal namun juga pengaturan eksternal yang mengikat publik. Sementara kewenangan eksekutif yakni berkaitan dengan kewenangan KPPU untuk dapat melaksanakan atau mengeksekusi ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 beserta pengaturan pelaksanaannya dalam rangka penegakan hukum persaingan usaha.⁹⁵

KPPU dapat bertindak sebagai investigator (*investigation function*), penyidik, pemeriksa, penuntut (*prosecuting function*), pemutus (*adjudication function*) maupun fungsi konsultatif (*consultative function*). Adanya seluruh kewenangan tersebut tentunya menjadi instrumen yang dapat diberlakukan oleh KPPU dalam rangka penegakan hukum persaingan usaha pada sektor *e-commerce*.⁹⁶

⁹⁵ Darmiwati dan Siti Rahma. 2020. *Peranan KPPU Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha Dalam Transaksi E-Commerce*. Jurnal FH Universitas Islam Indragiri. halaman 319

⁹⁶ *Ibid.*, halaman 319

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Perkembangan *E-commerce* di Indonesia diawali dengan dalam beberapa Peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. Undang-Undang ITE yang berkaitan dengan *e-commerce* adalah mengenai asas dan tujuan yang harus dipenuhi saat pengguna dalam hal ini penjual dan pembeli melakukan transaksi di dalam *e-commerce*. Berdasarkan Pasal 3 UU ITE disebutkan bahwa dalam melakukan transaksi elektronik haruslah didasarkan pada asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi. Terkait dengan *e-commerce*, dalam Undang-Undang Perdagangan juga telah mengatur mengenai perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce*, yang diatur dalam pasal 65 dan 66 Undang-Undang Perdagangan. Pengaturan *e-commerce* di Indonesia secara spesifik baru-baru ini diatur dalam Pasal Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
2. Mencegah persaingan usaha tidak sehat dalam sistem perdagangan secara elektronik (*E-commerce*) dilakukan dengan cara mengubah atau mengganti peraturan saat ini agar sesuai dengan keadaan. Namun, ketika membentuk

Undang-Undang Pasar Digital, pertimbangan ekstrateritorial harus diperhitungkan. Mengingat 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.

3. Komisi Persaingan Usaha Dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Pelaksanaan *E-Commerce* dilakukan dengan cara melakukan pengawasan, konsultasi, maupun penyelidikan atas tindakan anti persaingan usaha, kemudian membuat peraturan-peraturan yang tidak hanya berlaku internal namun juga pengaturan eksternal yang mengikat publik. Selain itu KPPU juga dapat melaksanakan atau mengeksekusi ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 beserta pengaturan pelaksanaannya dalam rangka penegakan hukum persaingan usaha.

B. Saran

1. Seharusnya dibuat suatu regulasi khusus mengenai *e-commerce* di Indonesia, karena sampai dengan saat ini belum ada regulasi khusus yang mengatur mengenai *e-commerce* sehingga belum ada kepastian hukum disini.
2. Seharusnya dilakukan pembentukan peraturan undang-undang tentang pasar digital, karena sampai dengan saat ini masih ada kekosongan hukum mengenai penafsiran pelaku usaha.

3. Seharusnya KPPU dapat melakukan tindakan progresif demi kepentingan hukum dan masyarakat tanpa takut terikat dengan sudut pandang legisme.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdul Halim Barkatullah, 2017. *Hukum Transaksi Elektronik*. Bandung : Nusamedia
- Andi Fahmi, dkk. 2017. *Hukum Persaingan Usaha Buku Teks. Edisi Kedua*. Jakarta: KPPU.
- Alum Simbolon. 2014. *Hukum Persaingan Usaha*. Yogyakarta: Liberty
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2019. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Deasy Purwaningtias, dkk, 2020. "E-BUSINESS" *Konsep Dasar E-Business di Era Digital*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Dian Mega Erianti Renouw, 2018. *Perlindungan Hukum E-commerce*. Jakarta : Pramuka Grafika
- Ediwarman. 2016. *Metode Penelitian Hukum*. Yogyakarta: Genta Publishing.
- Maryanto. 2017. *Dunia Usaha, Persaingan Usaha, Dan Fungsi KPPU*. Semarang: Unissula Press
- Misbahuddin. 2012. *E-Commerce dan Hukum Islam*. Makassar: Alauddin University Press.
- Mufarizzaturrizkiyah, dkk. 2020. *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim Survey Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon*. Cirebon: Elsi Pro.
- Nurianto. 2020. *Hukum Persaingan Usaha*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Richardus. 2002. *Electronic Commerce Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta: Aptikom.
- Rumadi Ahmad, dkk. 2019. *Fikih Persaingan Usaha*. Jakarta: Lakpesdam PBNU.
- Surya Ningsih. 2018. *Pengantar Ilmu Hukum*. Samarinda: Mulawarman University.
- Suratman dan H.Philips Dillah. 2020. *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugeng. 2020. *Hukum Telematika Indonesia*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Theodora Rahmawati dan Umi Supratiningsih. 2020. *Pengantar Ilmu Hukum dan Pengantar Hukum Indonesia*. Pamekasan: Duta Media Publishing.

B. Jurnal

- Adis Nurhayati. 2019. *Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Vol 21 Nomor 1 Maret 2021.
- Adinda Suci Rahayu dan Suherman. 2022. *Analisis Dugaan Praktek Jual Ruhi Produk Impor Melalui Situs E-Commerce Shopee*. Jurnal Uneslaw Review, Vol, 4 Nomor 4 Juni 2022.
- Alston Chandra dan Sari Murti Widiyastuti Y. 2020. *Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Mendorong Iklim Persaingan Usaha Yang Sehat di Sektor Perunggasan*. FH Universitas Atma Jaya Yogyakarta

- Basri Efendi. 2020. *Pengawasan dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Jurnal Syiah Kuala, Vol 4 Nomor 1 April 2020.
- Dewa Gede, dkk. 2022. *Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online*. Jurnal Konstruksi Hukum, Vol, 3 Nomor 2 April 2022.
- Darmiawati dan Siti Rahma. 2020. *Peranan KPPU Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha Dalam Transaksi E-Commerce*. Jurnal FH Universitas Islam Indragiri.
- Faisal Riza dan Rachmad Abduh. 2019. *Alternatif Penyelesaian Sengketa Secara Arbitrase Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi*. Jurnal De Lega Lata, Vol 4 Nomor 1 Januari-Juni 2019.
- Ika Atikah. 2019. *Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) Era Teknologi*. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol 10 Nomor 2 Juli Desember 2018.
- I Ketut Sukewati Lanang Putra Perbawa. 2021. *Tinjauan Yuridis Persaingan Usaha Tidak Sehat Antar Online Shop Pada Masa Pandemi Covid 19*. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora, Vol, 5 Nomor 1 2021
- Margaretha. 2018. *Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Law Reform, Vol, 14 Nomor 1 Tahun 2018.
- Melisa Setiawan Hotana. 2018. *Industri E-commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha*. Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune, Vol, 1 Nomor 1 Agustus 2018.
- M. Afif Hasbullah. 2020. *Penegakan Hukum Persaingan Usaha Dalam Sektor Ekonomi Digital*, Jurnal Vol, 4 Nomor 1 Tahun 2020.
- Ni Komang Sri Adnyani. 2023. *Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha Berkaitan Dengan Predatory Pricing Dalam Bisnis Layanan Online Food Delivery*. Jurnal Kertha Semaya, Vol 11 Nomor 2 Tahun 2023
- Rahmanda. 2020. *Aspek Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Yang Tidak Memiliki Siup Berdasarkan Hukum Positif Indonesia*. Jurnal Universitas Mataram
- Rezmia. 2022. *Persaingan Usaha Pada Era Digital Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*. Jurnal Karya Ilmia Multidisiplin, Vol, 2 Nomor 1 Januari 2022.
- Rohmat. 2022. *Urgensi Pembentukan Undang-Undang Pasar Digital Sebagai Instrumen Pengawasan Persaingan Usaha di Era Digital*. Jurnal Persaingan Usaha, Vol, 2 Nomor 2 Tahun 2022.

Saprida, dkk. 2023. *Legalitas Transaksi Jual Beli Online di Indonesia*. Jurnal Ekonomika shala, Vol, 8 Nomor 2 Februari 2023

Vicky Darmawan A.P dan Ditha Wiradiputra. 2022. *Predatory Pricing Dalam E-commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, Vol 6 Nomor 3 Juli 2022.

C. Internet

Banjarkab <https://dkumpp.banjarkab.go.id/> Diakses Pada Tanggal 28 November 2023 Pukul 08.30 Wib

Kemenkeu <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-commerce-Dengan-Benar.html> Diakses Pada Tanggal 25 Agustus 2023 Pukul 09.31 Wib