

Tinjauan Yuridis Persaingan Usaha Tidak Sehat Antar Online Shop Pada Masa Pandemi Covid 19

I Ketut Sukewati Lanang Putra Perbawa¹

¹Faculty of Law Mahasaraswati University, Denpasar, Indonesia

ABSTRACT

Keywords:

Teknologi;
E-Commerce;
Persaingan Usaha
Tidak Sehat;
Covid-19

Abstract: Technological developments have made a shift in customer behavior throughout the world including Indonesia, one of which is marked by the growth of e-commerce worldwide which is experiencing a significant increase. This indicates that people around the world are starting to move from shopping offline to shopping online. In Indonesia, the prohibition of unfair business competition has been regulated in Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition (Law No. 5 of 1999). However, under these conditions, business actors take advantage of the momentum by conducting unfair competition between business actors. Moreover, it is related to the government's policy regarding the Covid-19 outbreak, which must implement Social Distancing, where one of these policies emphasizes the community to avoid activities that are mass gatherings, so online shopping is one of the community's efforts to implement social distancing.

Kata kunci:

Technology;
E-Commerce;
Unfair Business
Competition;
Covid-19.

Abstrak: Perkembangan teknologi telah membuat pergeseran perilaku pelanggan dan masyarakat di seluruh dunia termasuk Indonesia, salah satunya ditandai dengan pertumbuhan e-commerce di seluruh dunia yang sedang mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat di seluruh dunia mulai berpindah dari berbelanja secara offline menjadi berbelanja secara online. Di Indonesia mengenai larangan persaingan usaha tidak sehat telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No. 5 Th. 1999). Namun, dalam kondisi yang seperti ini para pelaku usaha memanfaatkan momentum dengan melakukan persaingan tidak sehat antar pelaku usaha. Apalagi dikaitkan dengan kebijakan pemerintah atas peristiwa wabah covid-19 ini harus menerapkan Social Distancing, yang dimana salah satu kebijakan tersebut menekankan kepada masyarakat untuk menghindari kegiatan yang bersifat berkumpul massa, maka pembelanjaan secara online inilah salah satu upaya masyarakat untuk menerapkan social distancing.

Alamat Korespondensi:

E-mail: kutengambarita@gmail.com (Perbawa)

Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah membuat pergeseran perilaku pelanggan di seluruh dunia termasuk Indonesia, salah satunya ditandai dengan pertumbuhan e-commerce di seluruh dunia yang sedang mengalami peningkatan yang signifikan (Novianti, 2021; Sinaga & Novianti, 2016). Hal tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat di seluruh dunia mulai berpindah dari berbelanja secara offline menjadi berbelanja secara online. Mayoritas masyarakat telah memanfaatkan kecanggihan teknologi masa kini. Kebutuhan akan belanja online terakomodir dengan banyaknya e-

History:

Received : 4 Februari 2021
Revised : 23 maret 2021
Accepted : 6 April 2021
Published : 25 April 2021

Publisher: Undiksha Press

Licensed: This work is licensed under
a [Creative Commons Attribution 3.0 License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



commerce yang bermunculan, mulai dari Tokopedia, Shopee, Blibli, Bukalapak, Lazada, dan masih banyak lagi. Adanya pandemi Corona Virus Disease 2019 berimbas kepanikan di tengah masyarakat, harga produk kesehatan seperti hand sanitizer naik tak wajar. Dilihat di online shop atau toko online, harga pembersih tangan itu naik berkali-kali lipat dari harga normalnya (Jati & Yuliansyah, 2016). Harga sejumlah merek hand sanitizer melambung tinggi di beberapa platform e-commerce seperti Lazada, Bukalapak, Blibli, Shopee, dan Tokopedia. Contohnya, harga hand sanitizer seperti merek Dettol dan Nuvo kemasan 50ml yang biasanya dijual belasan ribu rupiah di warung, kini ditempatkan pusat pembelanjaan maupun di online shop mematok harga yang sangat tidak wajar. Sekarang sudah di banderol seharga Rp. 49.000 sampai Rp 70.000.

Pedagang hand sanitizer di e-commerce itu juga rata-rata sudah memiliki bintang lima yang artinya reputasi penjualan mereka sudah dikenal baik alias bukan pedagang produk kesehatan dadakan. Seperti diketahui, selain hand sanitizer, produk kesehatan lain yang mengalami lonjakan harga yaitu masker. Imbas kepanikan di tengah masyarakat, masker sudah sulit ditemukan di pasaran. Selain itu, kalau pun tersedia, harganya meroket berkali-kali lipat. Harga masker yang jual beberapa platform e-commerce itu sudah melonjak lebih dari 10 kali lipat dari harga dalam kondisi normal. Di Indonesia mengenai larangan persaingan usaha tidak sehat telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No. 5 Th. 1999). Namun, dalam kondisi yang seperti ini para pelaku usaha memanfaatkan momentum dengan melakukan persaingan tidak sehat antar pelaku usaha. Alat-alat kesehatan seperti masker maupun handsanitizer yang sulit ditemukan karena banyaknya permintaan konsumen maka para pelaku usaha online ini memanfaatkan keadaan tersebut dengan menjual barang dengan harga yang tidak wajar.

Apalagi dikaitkan dengan kebijakan pemerintah atas peristiwa wabah covid-19 ini harus menerapkan Social Distancing, yang dimana salah satu kebijakan tersebut menekankan kepada masyarakat untuk menghindari kegiatan yang bersifat berkumpul massa, maka pembelanjaan secara online inilah salah satu upaya masyarakat untuk menerapkan social distancing (Pakpahan, 2020). Maka disini penulis tertarik untuk meneliti permasalahan-permasalahan terkait persaingan usaha tidak sehat oleh pelaku usaha online shop. Tujuan pokok penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana UU No.5 Tahun 1999 tentang Persaingan Usaha. persaingan usaha yang terjadi di online shop. Dan secara khusus penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan kebijakan Presiden dalam mengatur masyarakat untuk menjaga kondisi perekonomian.

Metode

Metode Penelitian ini bertipe penelitian hukum normatif, yakni penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau bahan hukum sekunder sebagai pendukung bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan dan putusan-putusan pengadilan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah pendekatan perundangundangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach).

Hasil dan Pembahasan

Dalam Undang-undang persaingan usaha ini seharusnya dapat dan membantu dalam mewujudkan struktur ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 UUD 1945. Dalam penjelasan Pasal 33 ayat 1 UUD 1945, yang menyatakan bahwa "Ekonomi diatur oleh kerja sama berdasarkan prinsip gotong royong", termuat pikiran demokrasi ekonomi, hal ini kemudian dituangkan kedalam Pasal 2 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Persaingan Usaha. Demokrasi ekonomi bisanya berciri khasnya diwujudkan oleh semua anggota masyarakat berpartisipasi dan untuk kepentingan seluruh masyarakat, selain itu mengabdikan kepada kesejahteraan seluruh rakyat. Pikiran pokok tersebut termuat dalam Pasal 2 UU No 5 tahun 1999, yang dikaitkan dengan huruf a dan huruf b dari pembukaannya, yang berbicara tentang pembangunan ekonomi menuju kesejahteraan rakyat sesuai

dengan UUD dan demokrasi ekonomi. Dalam aturan tersebut secara umum negara harus menciptakan peraturan persaingan usaha untuk dapat mencapai tujuan demokrasi ekonomi atau ekonomi untuk kesejahteraan masyarakat banyak/luas. Oleh karena terdapat tiga sistem yang bertentangan dengan tujuan tersebut, yaitu liberalisme perjuangan bebas, sistem penganggaran belanja, sistem pengkonsentrasian kekuatan ekonomi.

Fokus terhadap kesejahteraan konsumen mungkin berasal dari pemahaman bahwa konsumen harus mampu diproteksi dari produsen dan pemindahan kekayaan dari konsumen kepada produsen, seperti yang tampak kalau dibandingkan antara monopoli dan persaingan sempurna²⁴, adalah hal yang tidak adil. Banyak ekonom berkeyakinan pengalihan kesejahteraan tersebut adalah peristiwa ekonomi yang "netral", karena menentukan siapa seharusnya yang "memiliki" surplus bukanlah merupakan bagian ilmu ekonomi. Tujuan utama undang-undang antitrust adalah untuk mencegah perusahaan mendapatkan dan menggunakan kekuatan pasar (market power) untuk memaksa konsumen membayar lebih mahal untuk produk dan pelayanan yang mereka dapatkan. Kongres Amerika berpendapat bahwa perusahaan akan menggunakan kekuatan pasar secara tidak jujur untuk mendapatkan keuntungan dari konsumen dan pembuat undang-undang tidak memikirkan tentang efisiensi ekonomi. Jadi, ada dua kata kunci yang harus diingat dalam ilmu ekonomi, yaitu *unlimited needs* pada satu sisi dan *limited resources* pada sisi yang lain. Ketidakseimbangan kedua sisi tersebut memunculkan masalah ekonomi (economic problem). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ilmu ekonomi adalah ilmu yang berusaha mengatasi masalah ekonomi. Bagaimana kita dapat mengatasi masalah ekonomi tersebut? Pada hakekatnya, kunci untuk mengatasi masalah ekonomi adalah melakukan alokasi sumber daya yang tepat. Karena kebutuhan sifatnya tidak terbatas, maka tidak semua kebutuhan dapat dipenuhi. Oleh karena itu, pilihan (choices) menjadi konsekuensi logis dari upaya pemenuhan kebutuhan tersebut

UU No. 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.

Proses persaingan dapat mencapai tujuan tersebut dengan cara memaksakan alokasi faktor dengan cara ekonomis sehingga terwujudlah penggunaan paling efisien sumber daya yang terbatas, penyesuaian kapasitas produksi dengan metode produksi dan struktur permintaan serta penyesuaian penyediaan barang dan jasa dengan kepentingan konsumen (fungsi pengatur persaingan usaha), dengan menjamin pertumbuhan ekonomi yang optimal, kemajuan teknologi dan tingkat harga yang stabil (fungsi pendorong persaingan) serta dengan menyalurkan pendapatan menurut kinerja pasar berdasarkan produktivitas marginal (fungsi distribusi). Secara sederhana, struktur pasar dapat diberikan pengertian sebagai kondisi lingkungan di mana perusahaan melakukan aktivitasnya sebagai produsen. Terdapat 4 (empat) bentuk struktur pasar dalam teori ekonomi dasar, yaitu pasar persaingan sempurna (perfect competition), pasar persaingan monopolistis (monopolistic competition), pasar oligopoli (oligopoly), dan pasar monopoli (monopoly). Perbedaan keempat struktur pasar tersebut disebabkan adanya perbedaan degree of market power (kekuatan pasar) yaitu kemampuan satu perusahaan dalam mempengaruhi harga keseimbangan (harga pasar). Perbedaan tersebut diakibatkan perbedaan karakteristik yang terdapat di masing-masing struktur pasar. Karakteristik atau ciri yang menandai suatu pasar akan diuraikan dalam subbagian ini.

Instrumen yang mengatur mengenai rambu-rambu persaingan usaha telah dikemas dalam Hukum Persaingan usaha (competition law). Di Indonesia sarana kontrol social (tool of social control)

terhadap terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dirupakan dalam UU No. 5 Th. 1999. Regulasi tersebut sekaligus menjadi sarana rekayasa social (tool of social engineering) yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional, mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat, dan berusaha menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha. Pada setiap persaingan akan selalu ditemukan adanya dua pihak atau lebih yang terlibat dalam upaya saling mengungguli dan adanya kehendak di antara mereka untuk mencapai tujuan yang sama. Diundangkannya UU No. 5 Th. 1999 bertujuan untuk memberikan jaminan kepastian hukum dan perlindungan terhadap seluruh pelaku usaha melalui pembatasan-pembatasan untuk mencegah terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat lainnya sehingga diharapkan dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif, dimana setiap pelaku usaha dapat bersaing secara wajar dan sehat.

Pasar monopoli mempunyai beberapa karakteristik khusus seperti pasar monopoli adalah industri satu perusahaan Sifat ini sesuai dengan definisi dari monopoli yaitu struktur pasar atau industri di mana terdapat hanya seorang penjual saja. Dengan demikian barang atau jasa yang dihasilkannya tidak dapat dibeli di tempat lain. Para pembeli tidak mempunyai pilihan lain, kalau mereka menginginkan barang tersebut, maka mereka harus membeli dari perusahaan tersebut. Syarat-syarat penjualan tersebut sepenuhnya ditentukan oleh pengusaha monopoli itu, dan para pembeli tidak dapat berbuat sesuatu apa pun di dalam menentukan syarat jual beli.

Tidak memiliki barang substitusi yang mirip Barang yang dihasilkan perusahaan monopoli tidak dapat disubstitusikan oleh barang lain yang ada dalam perekonomian. Barang tersebut merupakan satu-satunya jenis barang yang seperti itu. Kemiripan atau persamaan dengannya dari segi kegunaan tidak ada sama sekali. Aliran listrik sampai saat ini adalah contoh dari barang pengganti yang "mirip", yang ada hanyalah barang substitusi yang sangat berbeda sifatnya, yaitu lampu minyak. Lampu minyak tidak dapat mensubstitusikan listrik karena ia tidak dapat digunakan untuk menghidupkan televisi atau memanaskan setrika/gosokan. Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam pasar Sifat ini merupakan sebab utama yang menimbulkan perusahaan yang mempunyai kekuasaan monopoli. Tanpa sifat ini pasar monopoli tidak akan terwujud, karena tanpa adanya hambatan tersebut pada akhirnya akan terdapat beberapa perusahaan dalam industri. Keuntungan perusahaan monopoli akan menarik pengusaha-pengusaha lain ke dalam industri tersebut. Adanya hambatan masuk yang sangat tinggi menghindarkan berlakunya keadaan yang seperti itu.

Dapat menguasai penentuan harga Oleh karena perusahaan monopoli merupakan satu-satunya penjual di dalam pasar, maka penentuan harga dapat dikuasainya. Oleh sebab itu perusahaan monopoli dipandang sebagai penentu harga atau price setter. Dengan mengadakan pengendalian ke atas produksi dan jumlah barang yang ditawarkan, perusahaan monopoli dapat menentukan harga pada tingkat yang dikehendakinya. Pelaku usaha yang mempunyai posisi dominan cenderung dapat memanipulasi pasar dengan cara melakukan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam bentuk membatasi pasar. Hal tersebut akan berimplikasi sulitnya bagi pedagang lain untuk bersaing di dalam pasar yang sama karena pelaku usaha yang mempunyai posisi dominan akan mendistorsi pasar. Adapun bentuk dari kegiatan pelaku usaha yang memiliki posisi dominan dalam membatasi pasar antara lain berupa membatasi peredaran atau pasokan barang di pasar tersebut, praktek diskriminasi, melakukan jual rugi sehingga merusak harga pasar sampai dengan melakukan hambatan masuk pasar (entry barrier). Ketiadaan entry barrier akan mengakibatkan pasar kehilangan daya kompetitif dan iklim persaingan yang kondusif. Terjadinya praktek monopoli di pasar juga dapat merugikan konsumen karena posisi dominan dari pelaku pasar akan membuatnya mudah untuk mengendalikan harga. Pada posisi tersebut semakin tingginya market dari sebuah perusahaan akan bebanding sejalan dengan semakin besarnya potensi kerugian yang dialami dalam persaingan karena semua akan bergantung dari aktivitas si pemilik kekuatan pasar.

Pemilik kekuatan pasar akan dengan mudah menentukan naik turunnya harga sehingga membunuh pangsa pasar dari pedagang lain. Apabila terdapat pedagang yang menjual harga tinggi maka akan dijual barang yang sama dengan harga lebih rendah, demikian pula jika pedagang lain menjual dengan harga yang sangat murah agar tidak rugi maka penguasa pasar juga masih akan

menjual dibawah harga terendah tersebut. Selain itu definisi persaingan usaha secara implisit tidak dicantumkan dalam UU No. 5 Th. 1999 namun dalam Undang-undang ini hanya memberikan pengertian mengenai persaingan usaha tidak sehat. Dalam Pasal 1 ayat (6) UU No. 5 Th. 1999 menerangkan pengertian persaingan tidak sehat, yaitu 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. Persaingan usaha tidak sehat merupakan dampak dari praktek persaingan usaha. Adanya persaingan usaha dapat juga membawa sisi negatif, hal ini dapat terjadi jika terdapat pelaku ekonomi yang tidak jujur sehingga mengganggu kepentingan publik. Hal tersebut dapat berimplikasi pula terhadap terjadinya praktek-praktek curang (*unfair competition*) karena persaingan dianggap sebagai kesempatan untuk menyingkirkan pesaing dengan cara apapun.

Pada masa sekarang ini jual beli tidak sebatas dilakukan secara konvensional saja tetapi banyak pula jual beli yang dilakukan secara online (*online shopping*). Pada jual beli online ini konsumen dapat membeli barang atau jasa dari si penjual hanya melalui media internet tanpa harus bertatap muka. Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi maka berimplikasi pula terhadap perubahan kebiasaan masyarakat dalam berbelanja. Semakin meningkatnya kesibukan sehari-hari yang dialami setiap orang membuat transaksi jual beli online semakin berkembang dan mulai menggantikan transaksi jual beli secara konvensional. Banyaknya pilihan toko online dan tersedia selama 24 jam penuh juga semakin memudahkan masyarakat untuk memilih harga dan kualitas terbaik hanya dengan mengakses internet dari mana saja. Kegiatan usaha yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi memberikan inovasi baru dalam mempermudah sistem jual-beli antara penjual dan pembeli. Seiring perkembangan teknologi, berdampak pula dalam bidang usaha tersebut mewujudkan suatu model baru dalam kegiatan usaha di dalam praktiknya dikenal dengan istilah jual beli secara online, yang pada umumnya dikenal dengan istilah "*online shopping*".

Online shopping atau jual-beli secara online terdapat 2 (dua) jenis, diantaranya adalah online shop dan online marketplace, online shop merupakan toko digital yang dibuat secara online untuk memasarkan produk dari pelaku usaha, dan online marketplace merupakan situs internet yang dibuat untuk mengumpulkan beberapa toko online yang kemudian dijadikan dalam satu wadah yaitu website yang bertujuan untuk menjadi pasar yang dapat diakses oleh calon pembeli secara online (Jati & Yuliansyah, 2016). Di Indonesia sendiri telah banyak pelaku usaha di bidang online shopping seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak dan masih banyak lainnya yang merupakan bagian dari pemanfaatan perkembangan teknologi. Dalam jual-beli secara online menerapkan sistem tersendiri dalam melakukan perjanjian jual-belinya, namun sistem yang dibuat tidak mengurangi unsur-unsur yang ada dalam jual-beli pada umumnya yang diatur dalam Pasal 1457 *Burgerlijk Wetboek* yang memiliki definisi "jual-beli adalah suatu persetujuan yang mengikat pihak penjual berjanji menyerahkan sesuatu barang/benda (*zaak*) dan pihak lain yang bertindak sebagai pembeli mengikat diri berjanji untuk membayar harga". Seperti halnya jual-beli pada umumnya, dalam sistem jual-beli online ini terdapat penjual dan pembeli yang menawarkan dan membeli barang yang kemudian bersepakat satu sama lain untuk penjual menyerahkan barang atas kepemilikannya dan pembeli membayar dengan harga tertentu, yang berbeda didalamnya hanya terdapat pada proses pembayaran dan penyerahan nyata barang yang menjadi objek jual-belinya saja.

Hubungan hukum yang terjadi diantara pelaku usaha dan konsumen adalah hubungan timbal balik akibat adanya transaksi jual beli (Budiarti & Mahadi, 2015). Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang setelah menerima haknya berupa pembayaran dari konsumen (Andayana, 2020). Sedangkan konsumen memiliki kewajiban untuk melakukan pembayaran sejumlah uang dan menerima haknya berupa barang atau jasa. Konsumen dapat melakukan pencarian produk yang disediakan di toko online. Konsumen yang telah memilih produk, selanjutnya akan melakukan pembayaran secara elektronik, kemudian melakukan kontak dengan layanan bank. Setelah proses pembayaran selesai, maka konsumen cukup menunggu barang pesanan sampai. Pembeli dan penjual memiliki bukti digital untuk menjaga kepercayaan dan keamanan masing-masing.8 Dalam UU No. 5 Th. 1999 terdapat prinsip *rule of reason* dan *per se illegal* (*Per se Violations* atau *Perse Rule*). Prinsip *rule of reason* dan *per se illegal* diterapkan dalam bidang hukum persaingan usaha digunakan untuk

menilai apakah suatu kegiatan maupun perjanjian yang dilakukan oleh pelaku usaha telah atau berpotensi melanggar Undang-Undang Persaingan Usaha. Prinsip rule of reason dan per se illegal merupakan adopsi dari hukum Amerika Serikat. Dalam Sherman Act 1980–Antitrust Law pertama kali mengimplementasikan prinsip rule of reason (tahun 1911) dan perse illegal (tahun 1899) dalam putusan Mahkamah Agung. Pasal 17 UU No. 5 Th. 1999 menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Ketentuan dalam UU No. 5 Th. 1999 lebih menekankan akibat perbuatan monopoli, sehingga menggunakan prinsip rule of reason, yaitu dengan mempertimbangkan apakah perbuatan yang dilakukan pelaku usaha mengakibatkan terjadinya praktek monopoli atau menghambat persaingan usaha tidak sehat. Penafsiran yang dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam UU No. 5 Th. 1999 untuk menentukan suatu perjanjian atau kegiatan yang dilarang termasuk dalam kategori rule of reason dan per se illegal didasarkan pada analisis redaksional atau kalimat yang terdapat dalam setiap pasal dari Undang-Undang. Hal tersebut nampak ketika membandingkan diantara pasal-pasal tertentu yang termasuk dalam kategori rule of reason. Penerapan alternatif dari kedua prinsip tersebut diserahkan kepada KPPU sebagaimana yang dinyatakan dalam Pasal 35 UU No. 5 Th. 1999. Pada dasarnya, tugas KPPU antara lain adalah melakukan penilaian terhadap semua perjanjian dan atau kegiatan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Penggunaan kedua pendekatan secara alternatif memiliki tujuan yang sama, yaitu bagaimana tindakan pelaku usaha tidak menghambat persaingan, sehingga mengakibatkan hilangnya efisiensi, yang pada akhirnya menimbulkan kerugian terhadap konsumen. Sedangkan tujuan pembentukan UU No. 5 Th. 1999, antara lain adalah menciptakan efisiensi dalam kegiatan usaha serta meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pelaku usaha yang mempunyai posisi dominan cenderung dapat memanipulasi pasar dengan cara melakukan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam bentuk membatasi pasar. Hal tersebut akan berimplikasi sulitnya bagi pedagang lain untuk bersaing di dalam pasar yang sama karena pelaku usaha yang mempunyai posisi dominan akan mendistorsi pasar.

Adapun bentuk dari kegiatan pelaku usaha yang memiliki posisi dominan dalam membatasi pasar antara lain berupa membatasi peredaran atau pasokan barang di pasar tersebut, praktek diskriminasi, melakukan jual rugi sehingga merusak harga pasar sampai dengan melakukan hambatan masuk pasar (entry barrier). Ketiadaan entry barrier akan mengakibatkan pasar kehilangan daya kompetitif dan iklim persaingan yang kondusif. Terjadinya praktek monopoli di pasar juga dapat merugikan konsumen karena posisi dominan dari pelaku pasar akan membuatnya mudah untuk mengendalikan harga. Pada posisi tersebut semakin tingginya market dari sebuah perusahaan akan bebanding sejalan dengan semakin besarnya potensi kerugian yang dialami dalam persaingan karena semua akan bergantung dari aktivitas si pemilik kekuatan pasar. Pemilik kekuatan pasar akan dengan mudah menentukan naik turunnya harga sehingga membunuh pangsa pasar dari pedagang lain. Apabila terdapat pedagang yang menjual harga tinggi maka akan dijual barang yang sama dengan harga lebih rendah, demikian pula jika pedagang lain menjual dengan harga yang sangat murah agar tidak rugi maka penguasa pasar juga masih akan menjual dibawah harga terendah tersebut. Persaingan usaha tidak terbatas pada transaksi konvensional saja sehingga perlu adanya pengaturan yang menentukan larangan monopoli dan praktek persaingan usaha tidak sehat dalam lingkup transaksi elektronik. Untuk mengakomodir hal tersebut perlu diterapkan secara tegas larangan dan sanksi atas tindakan pelaku usaha yang dapat menghambat perdagangan dan mengakibatkan berkurangnya persaingan dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

Adanya pengaturan tersebut dapat dirupakan dalam amandemen UU No. 5 Th. 1999 sehingga mencakup pula larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam industri e-commerce. Pasal 1 angka 5 UU No. 5 Th. 1999 menyatakan “pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.” Berdasarkan pengaturan tersebut masih terdapat celah bagi

pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha diluar wilayah Indonesia untuk lepas dari pengawasan KPPU sehingga dengan adanya amandemen UU No. 5 Th. 1999 diharapkan kewenangan yang dimiliki KPPU mencakup pula pengawasan terhadap pelaku usaha yang berada di luar wilayah Indonesia. Dengan adanya pengaturan secara jelas, maka tindakan pelaku usaha online yang menyebabkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dapat dihentikan dan kepentingan konsumen akan terlindungi.

Penyebaran virus covid-19 di Indonesia semakin meluas. Dengan meluasnya virus ini maka pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan. Kebijakan tersebut antara lain kebijakan local lockdown dan social distancing (Hawari, 2021; Perencanaan et al., 2020). Pada penerapan kebijakan local lockdown ini masih hanya diterapkan di beberapa daerah saja. Misalnya di daerah Tegal, Jawa Tengah. Pemerintah Kota Tegal dan Polres tegal melakukan local lockdown dengan menutup jalur pantura yang melintasi Kota Tegal, akses masuk alun-alun tegal, dan mematikan sebagian lampu jalan protokol guna pembatasan kendaraan yang akan masuk ke kota Tegal, serta mencegah adanya kerumunan massa di jalan guna mencegah penyebaran covid-19. Dengan kebijakan ini maka di bentuk pos-pos penjagaan di setiap akses masuk ke dalam kota (Arifqi, 2021). Pos-pos penjagaan akan diisi oleh tim gabungan dari TNI, Polri, serta aparat pemerintah daerah. Menurut Josua Pardede kepala ekonomi bank Permata, lockdown bisa didefinisikan sebagai upaya untuk menutup akses dari dan menuju suatu daerah melalui pembatasan akses warga ke ruang publik, meliburkan kegiatan belajar mengajar serta karantina suatu daerah dalam rangka mengurangi penyebaran virus ke suatu daerah. Namun mengingat penyebaran covid-19 sudah menyebar maka kebijakan lockdown ini cenderung tidak efektif dan counter-productive. Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menilai langkah tersebut bisa membuat laju perekonomian akan semakin berat.

Kebijakan self distancing yang kadar pembatasan pergerakan masyarakat akibat virus corona lebih renda saja, tingkat konsumsi masyarakat bisa turun tajam (Arrosagaray et al., 2019). Lockdown ini akan berdampak pada ekonomi lebih utama Indonesia akan berat menjalankan lockdown dengan keseluruhan yang dimana mengingat perekonomian negara kita sangatlah rendah (Gollwitzer et al., 2021). Sedangkan di Indonesia, apabila tingkat konsumsi berkurang, maka pertumbuhan beberapa indikator penopang ekonomi pun akan mulai berguguran. Maklum saja, perekonomian nasional sangat bergantung pada laju konsumsi masyarakat yang kini jumlahnya 260 juta orang ini. Lockdown akan sangat memukul laju ekonomi Indonesia secara jangka pendek (Susilo et al., 2020). Hal ini karena kota dengan kasus terbanyak virus corona ialah Jakarta, yang merupakan pusat pemerintahan, bisnis, dan perdagangan Indonesia. Jadi pemerintah memikirkan ulang apabila dilakukannya kebijakan lockdown secara keseluruhan. Yang bisa dilakukan hanyalah local lockdown yang tidak sepenuhnya, hanya untuk mengurangi sedikitnya volume pergerakan masyarakat untuk beraktifitas.

Dalam upaya menangani wabah virus Corona yang semakin meluas, pemerintah menganjurkan masyarakat untuk menerapkan social distancing atau pembatasan sosial (Salam, 2020). Yang dimana untuk menjalankan kebijakan lockdown secara keseluruhan masih banyak faktor-faktor seperti ekonomi yang lebih utama. Social distancing merupakan salah satu langkah pencegahan dan pengendalian infeksi virus Corona dengan menganjurkan orang sehat untuk membatasi kunjungan ke tempat ramai dan kontak langsung dengan orang lain (Gunawan, G., Suranti, N. M. Y., & Fathoroni, 2020; Salam, 2020). Kini, istilah social distancing sudah diganti dengan physical distancing oleh pemerintah. Ketika menerapkan social distancing, seseorang tidak diperkenankan untuk berjabat tangan serta menjaga jarak setidaknya 1 (satu) meter saat berinteraksi dengan orang lain, terutama dengan orang yang sedang sakit atau berisiko tinggi menderita COVID-19. Hal ini terjadi seiring dengan menurunnya tingkat konsumsi masyarakat akibat terjadinya pandemic yang selanjutnya berimbas pada ketimpangan pada laju perekonomian. Selain itu, menurunnya nilai tukar rupiah akibat pandemic yang terjadi penurunan kinerja pasar sehingga hal ini secara otomatis mengurangi laju jual beli di masyarakat yang akan mengancam roda perekonomian masyarakat.

Simpulan

Bagi Indonesia sebagaimana tercermin pada tujuan dari UU No. 5 Tahun 1999 maka tujuan tidak sekedar memberikan kesejahteraan kepada konsumen namun juga memberikan manfaat bagi publik. Dengan adanya kesejahteraan konsumen maka berarti akan berdampak pada terciptanya kesejahteraan rakyat. Pasal 3 itulah yang membedakan dengan undang-undang persaingan di negara lain yang tidak sekedar menjamin adanya kesejahteraan konsumen tetapi juga menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Musibah pandemic covid 19 mengakibatkan adanya keuntungan/peluang bagi usaha online, sehingga usaha online dilakukan dengan *one stop shopping*, selain itu juga penguasaan pasar, termasuk penentuan harga merupakan karakteristik atau ciri usaha yang dilakukan dengan cara monopoli yang bertentangan dengan prinsip aturan persaingan usaha yang sudah diatur dalam UU No 5 Tahun 1999.

Daftar Pustaka

- Andayana, M. N. D. (2020). Perubahan Prilaku Konsumen Dan Eksistensi Umkm Di Era Pandemi Covid-19. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 2(2), 39–50. <http://ejurnal.undana.ac.id/glory/article/view/3372>.
- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Bisnis*, 3(2), 195–205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.311>.
- Arrosagaray, M., González, M., Pino, M., & Rodríguez, B. (2019). A comparative study of Spanish adult students' attitudes to ICT in classroom, blended and distance language learning modes. *Computers and Education*, 134(October 2018), 31–40. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.01.016>.
- Budiarti, F., & Mahadi, K. (2015). Strategi Penataan Kawasan Malioboro Menjadi Kawasan Pedestrian. *Planesa*, 6(01), 51–59.
- Gollwitzer, A., McLoughlin, K., & Martel, C. (2021). *Linking Self-Reported Social Distancing to Real-World Behavior During the COVID-19 Pandemic*. <https://doi.org/10.1177/19485506211018132>.
- Gunawan, G., Suranti, N. M. Y., & Fathoroni, F. (2020). Variations of Models and Learning Platforms for Prospective Teachers During the COVID-19 Pandemic Period. *Indonesian Journal of Teacher Education*, 1(2), 61–70. <https://doi.org/0000-0001-8546-0150>.
- Hawari, H. M. (2021). Etika Komunikasi Bisnis Online Di Era New Normal Perspektif Hukum Bisnis Islam. *As-Salam: Jurnal Studi Hukum Islam & Pendidikan*, 10(1), 47–64. <https://doi.org/10.51226/assalam.v10i1.207>.
- Jati, W., & Yuliansyah, H. (2016). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store)*. 1(1), 127–138.
- Novianti, M. (2021). Analisa Strategi Bisnis PT XYZ dalam Industri Retail Fashion di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 249–254. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i3.11858>.
- Pakpahan, A. K. (2020). COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 20(April), 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>.
- Perencanaan, K., Nasional, P., Republik, B., Abstraksi, I., Baru, N., Pembangunan, R., Menengah, J., Kunci, K., Journal, T. I., Planning, D., & Iv, V. (2020). Covid-19, New Normal, dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 240–252. <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.118>.
- Salam, M. A. K. (2020). Perilaku Produksi di Tengah Krisis Global Akibat Pandemi Covid-19 dan Memanfaatkan Media Online Facebook Sebagai Alternatif Pasar. *Ekonomi, Manajemen Dan*

- Akuntansi*, 1–21. <http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/6834>.
- Sinaga, K., & Novianti, R. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent. *Management & Accounting Research Journal Global*, 1(1), 1–11.
- Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W., Santoso, W. D., Yulianti, M., Herikurniawan, H., Sinto, R., Singh, G., Nainggolan, L., Nelwan, E. J., Chen, L. K., Widhani, A., Wijaya, E., Wicaksana, B., Maksum, M., Annisa, F., Jasirwan, C. O. M., & Yuniastuti, E. (2020). Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.7454/jpdi.v7i1.415>.