



Contents lists available at Indovisi

Jurnal Indovisi

ISSN 2615-4234 (Print) and ISSN 2615-3254 (Electronic)

Journal homepage: <https://journal.dosenindonesia.org/index.php/indovisi>



Pengawasan persaingan usaha di era perkembangan ekonomi digital

Chandra Setiawan^{*)}, Fennieka Kristianto, Andryan Maju Kevin Martin Purba, Dania Sabrina, Kezia Sharon Christabella, Nadya Nadya, Perina Amelia, Reygita Yusiani
President University, Bekasi, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Oct 20th, 2024
Revised Nov 20th, 2024
Accepted Des 24th, 2024

Keywords:

Ekonomi digital
Persaingan usaha tidak sehat
Komisi pengawas persaingan usaha

ABSTRACT

Perkembangan teknologi yang sangat cepat di masa ini membuka lebar peluang dan juga mendorong terjadinya percepatan pertumbuhan ekonomi masing-masing negara. Percepatan perkembangan teknologi digital tentu membawa banyak perubahan, salah satunya dalam hal perkembangan ekonomi digital. Ekonomi digital berkembang sangat pesat di tanah air dengan menyumbang begitu banyak bantuan dalam mempermudah kebutuhan masyarakat. Di sisi lain, muncul ketakutan bahwa pelaku usaha besar di ekonomi digital akan memicu kekuatan pasar yang mana berpotensi menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat. Penelitian yuridis-normatif akan dilakukan dalam jurnal ini guna mengkaji lebih dalam mengenai dampak ekosistem digital terhadap persaingan usaha yang di khususkan pada wilayah Indonesia dan juga bagaimana peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam menanggapi kemungkinan terjadinya persaingan usaha tidak sehat pada era ekonomi digital. Pada penelitian ini ditemukan bahwa penting untuk mempersiapkan antisipasi melalui peraturan atas perkembangan persaingan usaha dalam sektor ekonomi digital.



© 2024 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Chandra Setiawan,
President University
Email: chandra@president.ac.id

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi digital di masa sekarang ini, tentunya memberikan peluang besar bagi berbagai negara untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Perkembangan teknologi digital membawa banyak perubahan dan kemudahan bagi dunia, utamanya karena teknologi digital tetap dapat menghubungkan masyarakat, pemerintah, dan bisnis, di mana teknologi digital memungkinkan semua orang untuk dapat melakukan berbagai aktivitas secara virtual tanpa harus bertatap muka secara langsung. Transformasi digital ini juga merupakan kunci penting dalam membangkitkan perekonomian negara yang terpuruk akibat pandemi COVID-19. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya populasi di seluruh dunia yang beralih menggunakan gadget dan komputer sebagai alat penyambung hidup untuk berbagai aktivitas selama pandemi. Perubahan secara langsung maupun tak langsung telah menjadi penopang perekonomian berbagai negara.

Ekonomi digital memiliki potensi yang sangat besar dalam hal bisnis, bahkan dengan peningkatan interkoneksi global. Tetapi berdasarkan laporan Ekonomi Digital pada tahun 2019 versi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), keuntungan peluang ekonomi digital umumnya hanya didominasi oleh Amerika Serikat (AS) dan China. AS dan China dilaporkan menguasai paten teknologi hingga 75% , 50% investasi global di bidang

internet of things (IoT), 75% pasar cloud computing, dan 90% nilai kapitalisasi pasar 70 perusahaan digital terbesar di dunia. Negara-negara selain AS dan China hanya mengikuti dan kemungkinan semakin tertinggal jauh.

Dominasi perusahaan-perusahaan besar di bidang teknologi ini tentu saja meresahkan, beberapa negara langsung mengantisipasinya. Di Amerika Serikat dan China sendiri, pemerintah gencar mengawasi agar persaingan usaha tetap sehat dan terdapat keamanan transaksi bagi para konsumennya. Sementara European Union mengeluarkan Digital Markets Act, yakni sebuah aturan yang mengatur persaingan ekonomi digital. Peraturan ini dikeluarkan dalam rangka membendung potensi perilaku persaingan tidak sehat yang mungkin dilakukan raksasa teknologi. Peraturan ini juga menaruh perhatian terhadap pengumpulan data pribadi konsumen.

Di Indonesia sendiri perkembangan ekonomi digital disambut semua kalangan. Dengan jumlah penduduk sekitar 252 juta dengan 93,4 juta pengguna internet, ekonomi digital Indonesia menawarkan potensi dan peluang yang sangat besar menuntun perekonomian Indonesia untuk menjadi negara dengan perekonomian terdepan se-Asia Tenggara. Sektor investasi jasa juga merupakan bagian dari ekonomi digital, yang diharapkan dapat menjadi pilar utama masa depan Indonesia. Pemerintah telah melakukan upaya-upaya dalam rangka mendukung percepatan ekonomi digital. Sejak Januari 2016, pemerintah telah mengeluarkan Cetak biru peta jalan e-commerce yang meliputi penggunaan logistik, dukungan pembiayaan, perlindungan konsumen, infrastruktur TIK, aturan pajak, pendidikan, dan cyber security.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang cukup pesat membawa banyak dampak positif dan kemudahan bagi masyarakat. Namun di sisi lain, pelaku usaha besar di ekonomi digital lebih mudah untuk memiliki kontrol dan akses terhadap data pribadi pengguna/konsumen, memberi mereka tambahan kekuatan pasar (market power) yang mana akan menciptakan tidak hanya persaingan, tetapi juga masalah perlindungan konsumen (Firmansyah: 2018). Tentunya situasi ini juga akan menimbulkan tantangan baru bagi penegak hukum persaingan usaha, yaitu Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, berikut 2 (dua) rumusan masalah yang diajukan penulis untuk dikaji lebih lanjut, sebagai berikut: (1) Bagaimana dampak ekosistem digital terhadap persaingan usaha di Indonesia? (2) Bagaimana optimalisasi peran KPPU di era ekonomi digital dalam kemungkinan terjadi persaingan usaha tidak sehat?

Metode

Untuk menjawab rumusan masalah di atas dengan tepat, maka penulis menggunakan jenis penelitian yuridis-normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan mempelajari bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan penelitian dasar dengan cara mengadakan penelusuran terhadap berbagai peraturan perundang-undangan terkait hukum persaingan usaha di Indonesia, ditelusuri juga literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan terkait. Hasil dari penelitian yuridis-normatif tersebut, disajikan secara deskriptif berupa pemaparan yang menggambarkan selengkap mungkin bagaimana permasalahan terkait dampak ekonomi digital terhadap hukum persaingan usaha di Indonesia dan solusi optimalisasi peran KPPU agar mampu meningkatkan efektivitas pengawasan dalam era ekonomi digital.

Hasil dan Pembahasan

Ekonomi Digital Vs Ekonomi Konvensional

Di era Revolusi Industri 4.0, salah satu asset penting yang paling dibutuhkan oleh para pelaku usaha guna melakukan ekspansi terhadap bidang usahanya adalah teknologi digital. Perkembangan yang ada di sektor industri terjadi seiring dengan perkembangan teknologi yang dapat memberikan dampak positif bagi suatu negara. Salah satu dampak positif yang terlihat adalah meningkatnya perekonomian nasional, dan negara-negara dengan teknologi digital dapat mendorong perekonomiannya menuju ekonomi digital.

Konsep ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Don Tapscott (The Digital Economy, 1998:32) adalah system sosial-politik dan ekonomi yang dicirikan sebagai ruang intelijen, yang berisi informasi, berbagai alat akses, kapasitas, dan pemrosesan informasi. Teknologi, industri informasi dan komunikasi (ICT), aktivitas e-commerce, dan distribusi barang dan jasa digital adalah komponen ekonomi digital pertama yang berhasil diidentifikasi (Bowman, 1996; Tapscott, 1999).

Secara sederhana, ekonomi digital dapat dipahami sebagai keseluruhan perdagangan menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet. Ekonomi digital sangat erat kaitannya dengan kecerdasan buatan dan AI dalam perkembangannya. Hal ini dikarenakan aktivitas digital marketing umumnya menggunakan AI untuk mengumpulkan data dan memahami karakteristik konsumen. Dalam ekonomi digital, transaksi dapat

dilakukan lintas wilayah dan berbagai metode pembayaran dapat digunakan. Di sisi lain, topik perlindungan konsumen menjadi faktor yang masih dibangun oleh para pelaku ekonomi digital.

Adapun perbedaan antara ekonomi digital dan ekonomi konvensional adalah sebagai berikut:

Media Transaksi

Dalam ekonomi non-digital, aktivitas perdagangan hanya terjadi ketika konsumen dan penjual bertemu secara langsung untuk menukar uang atau barang, dan aktivitas perdagangan ini biasanya berlangsung di toko atau pasar. Dalam ekonomi digital, di sisi lain, penjual dan pembeli tidak harus datang langsung ke satu lokasi fisik. Lokasi fisik yang dimaksud digantikan oleh platform yang dapat mempertemukan pembeli dan penjual. Platform yang dimaksud dapat berupa marketplace, media sosial, aplikasi seluler, atau situs web.

Mekanisme Penjualan

Mekanisme penjualan yang diterapkan dalam ekonomi non-digital sangat sederhana dengan kata lain, konsumen datang untuk membeli produk kepada penjual, memilih produk, membayarnya, kemudian membawa pulang produk tersebut. Di sisi lain, dalam ekonomi digital, transaksi jual beli sangat sulit karena pembeli tidak dapat langsung memilih dan melihat barangnya secara langsung.

Sistem Pembayaran

Dalam ekonomi konvensional, pembayaran dapat dilakukan dengan dua cara: tunai atau digital. Tentu saja pembayaran tunai dilakukan secara tunai, sedangkan pembayaran digital dilakukan dengan kartu debit, kartu kredit, atau uang digital. Dalam sistem pembayaran ekonomi digital itu sendiri, hal ini biasanya dilakukan secara virtual melalui transfer uang digital.

Tingkat Kepercayaan Konsumen

Kemudahan segala jenis transaksi di era digital ini memang memudahkan, tapi juga membuka peluang bagi para pelaku kejahatan cyber. Bagi pelaku ekonomi digital, menjaga kepercayaan konsumennya sangat penting, karena bisnis mereka hanya bisa berjalan dengan landasan kepercayaan. Sedangkan bagi pelaku ekonomi konvensional, menjaga kepercayaan konsumennya akan lebih mudah sebab mereka akan selalu bertemu secara langsung dalam melakukan segala jenis transaksi.

Pengaturan Persaingan yang Sehat di Indonesia

Berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 pembangunan sektor ekonomi harus diimbangi dengan pencapaian kesejahteraan bersama. Demokrasi ekonomi menghendaki adanya peluang yang sama bagi setiap warga negara untuk terlibat dalam alur produksi dan pemasaran barang dan/atau jasa dalam lingkungan bisnis yang adil, efektif, dan efisien, yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan fungsi ekonomi pasar. Setiap individu, kelompok, maupun pihak-pihak lain yang melakukan bisnis di Indonesia harus bersaing secara adil dan merata, sehingga mengurangi potensi timbulnya konsentrasi kekuatan ekonomi di tangan pelaku usaha tertentu.

Dalam mewujudkan demokrasi ekonomi tersebut, pemerintah memberlakukan Undang-Undang tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 menjadi dasar hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia. Peraturan ini ditandatangani oleh Presiden BJ. Habibie pada bulan Agustus tahun 1999.

Dapat disimpulkan bahwa tujuan dari UU No. 5 Tahun 1999 sebagaimana diatur pada Pasal 3 adalah guna: 1) menjaga kepentingan umum dan mengupayakan meningkatnya efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu usaha guna sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat; 2) menciptakan iklim usaha yang sehat melalui regulasi persaingan usaha yang sama bagi pelaku usaha, baik pelaku usaha skala besar, menengah maupun kecil; 3) menjadi usaha preventif terhadap adanya praktik usaha monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang disebabkan oleh pelaku usaha; dan terwujudnya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Selain tujuan di atas, sesuai dengan tujuan dari UU No. 5 Tahun 1999, maka tujuan Indonesia tidak hanya untuk sekedar memberikan kesejahteraan kepada konsumen, tetapi juga untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi publik. Dengan adanya kesejahteraan konsumen maka akan memberikan dampak juga terhadap terciptanya kesejahteraan rakyat.

Ekonomi Digital dan Tantangan Persaingan Usaha yang Sehat

Perkembangan teknologi digital di masa sekarang sangatlah pesat sekaligus memberikan peluang besar bagi negara-negara untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dan menghubungkan masyarakat ke berbagai layanan baru. Meskipun begitu, perkembangan ekonomi digital juga memiliki beberapa tantangan. Kementerian Investasi atau BKPM mencatat 5 tantangan ekonomi digital di Indonesia, yakni persaingan yang semakin kuat,

pembangunan sumber daya manusia, cyber security, ketersediaan internet yang mendukung, dan aturan yang belum mengikuti perkembangan zaman.

Tantangan pertama, perekonomian non-konvensional juga membawa dampak terhadap persaingan pasar menjadi semakin ketat. Berkembangnya ekonomi digital juga diikuti dengan perkembangan e-commerce. Melalui e-commerce, masyarakat dapat dengan mudah membeli produk dari seluruh dunia, yang dapat mengakibatkan produk-produk lokal negara tertentu tersebut tidak berkembang dan akan tergantikan oleh produk dari negara lain yang cenderung dijual dengan harga yang relatif murah.

Tantangan yang kedua adalah terkait kurangnya sumber daya manusia khususnya di negara-negara berkembang. Seperti yang diketahui, pekerjaan di negara-negara berkembang, tenaga kasar masih menguasai sumber daya khususnya dalam sistem perekonomian. Hal ini juga bukan suatu masalah yang dapat diselesaikan dalam waktu singkat.

Selanjutnya, tantangan yang ketiga adalah terkait keamanan data, cyber security masih menjadi tantangan paling utama, tidak hanya di Indonesia, namun juga di berbagai negara dalam hal perekonomian digital. Salah satu bentuk serangan cyber ini adalah ransomware yang dapat menargetkan situs web yang bergerak dalam ekonomi digital. Salah satu permasalahan yang bisa dijadikan pelajaran adalah bagaimana ransomware dapat membobol bank sentral Bangladesh dan Malaysia. Alhasil, kerugian yang relatif besar dan tidak dapat dihindari.

Perkembangan ekonomi digital juga menimbulkan tantangan baru bagi penegakan persaingan usaha. Digitalisasi menyebabkan beberapa fitur ekonomi pasar yang dulunya kurang mendapat perhatian sekarang menjadi begitu menonjol, yakni platform. Platform adalah lingkungan ekonomi yang menyatukan dua atau lebih kelompok yang saling menghargai dalam beberapa cara. Platform merupakan ciri dari bentuk pasar multi-sisi, di mana eksistensinya semakin dikenal sejalan dengan perkembangan ekonomi digital. Contoh platform ini termasuk Uber (menyatukan pengemudi dan penumpang), Facebook (menyatukan pengguna dan pengiklan), dan sistem Windows (menyatukan pengguna PC, pengembang perangkat lunak, dan produsen perangkat). Dalam platform, para pengguna yang sama saling menghargai peran masing-masing dan platform berfungsi untuk menyatukan para pengguna dan meningkatkan nilai hubungan dengan tersebut, misalnya dengan menerapkan kecerdasan artifisial untuk meningkatkan pencocokan.

Potensi pelanggaran persaingan usaha tidak sehat memang akan selalu ada dan tidak dapat dihindari baik di ekonomi konvensional maupun di ekonomi digital. Dalam platform digital, adanya skala ekonomi yang besar dapat menciptakan tipping effects, yaitu situasi dimana satu platform dapat memenuhi kebutuhan di sebagian besar pasar. Selain itu adanya efek jaringan (network effect) dapat menyebabkan penguncian pengguna (lock-in), yang merupakan situasi di mana pengguna platform peserta harus mengeluarkan biaya, disebut biaya peralihan (switching cost) untuk berpindah ke platform lain. Berdasarkan Jamison (2019), pengguna dapat mengurangi penguncian ini dengan melakukan multihoming, yakni situasi di mana pengguna platform menggunakan lebih dari satu platform serupa. Misalnya penggunaan secara bersamaan media sosial Facebook, Snapchat, dan Twitter untuk berbagi konten.

Kesulitan yang sering ditemui dalam analisis persaingan usaha adalah pendefinisian pasar dan analisis market power. Jamison menjelaskan bahwa berfokus pada keuntungan perusahaan tertentu untuk menemukan kekuatan pasar tidak tepat di pasar digital karena keuntungan saat ini yang relatif tinggi untuk para pengusaha diperlukan untuk menarik modal ke sektor ini.

Kesulitan untuk memantau praktik persaingan usaha pada platform digital tersebut mengakibatkan praktik persaingan usaha tidak sehat yang sulit untuk dideteksi akan terus bermunculan. Potensi pelanggaran persaingan usaha tidak sehat memang akan selalu ada dan tidak dapat dihindari baik di ekonomi konvensional maupun di ekonomi digital.

Perkembangan Ekonomi Digital Global dan Isu Persaingan Usaha

Dilansir dari World Bank (2022), Dalam dua dekade, China telah mengalami transformasi ekonomi digital yang sangat pesat yang belum pernah terjadi sebelumnya, sekaligus tercatat menjadi negara yang berhasil mengurangi angka kemiskinan paling luar biasa di dunia. Pada tahun 1999 China hanya memiliki 8,8 juta pengguna internet dengan pendapatan per kapita US\$873. Namun sekarang China memiliki lebih dari satu miliar pengguna internet dengan pendapatan per kapita lebih dari US\$10.000. Pada tahun 1999, China hanya menguasai kurang dari 1 % pasar e-commerce dunia. Namun, sekarang China menguasai sekitar 52% dari pasar e-commerce dunia. Tercatat juga bahwa China adalah negara pertama di dunia dengan kontribusi transaksi dan volume e-commerce-nya melebihi kontribusi pasar ritel tradisional. Sekitar 52,1% pasar ritel di China dilakukan melalui e-commerce (2021), dibandingkan dengan 15% di Amerika Serikat (2021), dan 20% di Indonesia (2020). Berdasarkan contoh ini saja, dapat kita lihat seberapa besar dampak yang diberikan oleh ekonomi digital terhadap suatu negara.

Walaupun perkembangan ekonomi digital menjanjikan kemakmuran bagi suatu negara, bukan berarti pemerintah lengah terhadap perkembangan perusahaan raksasa yang bergerak di sektor ekonomi digital. Di China, pemerintah mengatur perusahaan besar secara ketat dalam beberapa waktu terakhir. Pemerintah China mendenda Alibaba Group Holding dan Tencent Holding karena dianggap melanggar aturan anti-monopoli. Badan Regulasi Pasar asal Tiongkok (SAMR) juga mendenda pengembang aplikasi pendidikan Zuoyebang dan Yuanfudao yang dananya disokong oleh Alibaba Group dan Tencent Holdings. Hal ini dilakukan dalam rangka redistribusi kemakmuran agar kekayaan tidak dikuasai segelintir pihak. Selain itu, China juga fokus dalam mengatur aplikasi yang beredar dalam rangka menerapkan peraturan mengenai pengumpulan data dan informasi pribadi.

Upaya mengawasi perusahaan raksasa di bidang digital tidak hanya dilakukan oleh China saja. Sebelumnya Amerika Serikat dan negara-negara di Benua Eropa sudah menaruh perhatian, apalagi banyak perusahaan raksasa teknologi terkonsentrasi di negara tertentu. Tujuh perusahaan teknologi terbesar di dunia dari AS dan China telah mendominasi dua pertiga dari total nilai pasar dunia. Perusahaan tersebut meliputi Microsoft, Apple, Amazon, Google, Facebook, Tencent, dan Alibaba. Google mendominasi hingga mencapai 90% pasar pencarian internet global dan Facebook 90% pasar media sosial. Tentu saja hal ini perlu diwaspadai karena perusahaan-perusahaan tersebut pasti berkompetisi untuk menjadi pemenang di pasar. Dominasi ekonomi digital oleh segelintir negara dikhawatirkan akan membuat pasar terkonsentrasi dan memperlebar jurang kesenjangan kekayaan di seluruh dunia.

Di Amerika Serikat sendiri, pada tahun 2020 Departemen Kehakiman Amerika Serikat dan 11 negara bagian mengajukan gugatan anti monopoli kepada Google Alphabet Inc. Diketahui bahwa Google merupakan raksasa mesin pencarian internet yang sangat terkenal di dunia. Hal ini terjadi karena Google dianggap melanggar hukum untuk mempertahankan posisinya sebagai raksasa teratas dalam hal penelusuran dan periklanan di internet.

Google dituding membayar perusahaan-perusahaan ponsel untuk menampilkan mesin pencari secara otomatis pada browser pengguna internet. Google memberikan tanggapan lewat media sosialnya bahwa gugatan Departemen Kehakiman tersebut cacat, dan menambahkan bahwa seluruh pengguna menggunakan mesin pencari Google dikarenakan dorongan pribadi, bukan karena adanya paksaan atau ketiadaan alternatif lain.

Sementara di Eropa, tercatat sudah beberapa kasus terkait Ekonomi Digital yang sudah diputus, antara lain terkait dengan kasus kartel. Kasus di Eturas pada tahun 2016, merupakan sebuah kasus yang melibatkan dugaan kartel antara agen perjalanan di Lithuania. Pengadilan Eropa (ECJ) dengan tegas mengatakan bahwa penetapan harga dapat dicapai tidak hanya melalui koordinasi manusia, melainkan juga dapat melalui sarana otomatis. Dalam hal ini, koordinasi dilakukan melalui platform e-commerce – sistem pemesanan perjalanan online Eturas – yang mengirimkan pesan elektronik yang mengusulkan agar setiap agen memberikan diskon hingga 3%. ECJ memutuskan bahwa biro perjalanan yang tidak menjauhkan diri dari usulan tersebut akan dianggap berpartisipasi dalam kartel, kecuali jika dapat menunjukkan bahwa ia keberatan dengan komunikasi tersebut atau secara sistematis menetapkan harga dengan mengabaikan aturan tersebut.

Pada kasus Inggris tahun 2016, penjual online, Trod Limited, setuju dengan salah satu pesaingnya, GB Posters, untuk tidak mengurangi harga satu sama lain terkait produk poster dan bingkai yang dijual di situs web Amazon Inggris. Perjanjian tersebut dilaksanakan dengan menggunakan perangkat lunak re-pricing otomatis, yang dikonfigurasi para pihak untuk memberikan efek pada kartel ilegal. Trod didenda total £163.371 oleh otoritas kompetisi nasional Inggris, sementara GB Posters menerima kekebalan karena telah melaporkan kartel.

Tantangan KPPU dalam Ekonomi Digital

Berkembangnya ekonomi digital di Indonesia tentu berpengaruh terhadap hukum persaingan usaha, karena seperti yang telah dijelaskan secara umum bahwa ekonomi digital membawa dampak tidak hanya terkait perlindungan data pribadi, namun juga terhadap tingkat dan kondisi persaingan usaha di suatu negara. Potensi pelanggaran persaingan usaha tidak sehat selalu ada dan tidak dapat dihindari baik di ekonomi konvensional maupun di ekonomi digital. Saat ini, ekonomi digital di Indonesia berkembang dengan cukup pesat dan turut membawa banyak keuntungan dan kemudahan bagi masyarakat. Namun di sisi lain, pelaku usaha besar di ekonomi digital lebih mudah untuk memiliki kontrol dan akses terhadap data pribadi pengguna/konsumen, memberi mereka kekuatan pasar tambahan dan menciptakan tidak hanya persaingan, tetapi juga masalah perlindungan konsumen (Firmansyah: 2018).

Dengan perkembangan ekonomi digital, seharusnya definisi pelaku ekonomi harus diperluas terlebih dahulu, seperti misalnya diatur dengan cukup tegas dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat (UU No. 5/1999). Ketika mendefinisikan pasar bersangkutan, tidak hanya transaksi moneter yang dipertimbangkan, namun aliran data juga harus diperhitungkan. Dalam

ekonomi digital sekarang, pelanggaran hukum persaingan usaha sangat mudah terjadi, salah satunya adalah penyalahgunaan posisi dominan.

Penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha biasanya disertai dengan menguasai kekuatan pasar yang cukup besar. Kekuatan pasar pelaku usaha digital biasanya meningkat dengan adanya pengembangan bisnis secara vertikal, dengan cara pelaku usaha mengumpulkan sebanyak-banyaknya data konsumen demi meningkatkan daya saingnya. Beberapa contoh potensi pelanggaran misalnya diskriminasi kompetitor ritel, perjanjian terlarang dengan konsumen, serta berbagai macam kebijakan dan strategi menjual rugi guna untuk menyingkirkan pesaing di pasar ekonomi digital. Ada pula beberapa bentuk penyalahgunaan posisi dominan di ekonomi digital misalnya, menetapkan harga predator, memberikan penawaran eksklusif dan diskon bundle. Selain itu juga ada potensi terjadinya kartel di ekonomi digital yang merupakan salah satu bentuk pelanggaran persaingan usaha berdasarkan undang-undang.

Salah satu contoh kasus ekonomi digital yang baru-baru ini ditangani oleh KPPU adalah notifikasi merger oleh dua entitas besar industri digital Indonesia yaitu Gojek dan Tokopedia (GOTO). Pembentukan Grup GoTo ini merupakan kolaborasi usaha terbesar di Indonesia, sekaligus kolaborasi terbesar antara dua perusahaan teknologi di Asia hingga saat ini dengan nilai US\$18 miliar atau Rp 252 triliun (Risdiyanto, 2021) Dilansir dari Kontan.co.id, berikut data hasil kolaborasi kedua entitas raksasa ini: 1) Total Gross Transaction Value (GTV) secara Grup lebih dari US \$22 miliar pada tahun 2020; 2) Lebih dari 1,8 miliar transaksi pada tahun 2020; 3) Lebih dari dua juta mitra driver yang terdaftar per Desember 2020; 4) Lebih dari 11 juta mitra usaha (merchant) per Desember 2020; 5) Lebih dari 100 juta pengguna aktif bulanan (Monthly Active User/MAU); 6) Kontribusi sebesar 2% kepada total PDB Indonesia.

Berdasarkan data katadata.co.id, Gojek melakukan pemberitahuan merger ke Tokopedia kepada KPPU pada 9 Agustus 2021. Hal ini dalam rangka memenuhi ketentuan KPPU, yaitu setiap transaksi merger dan akuisisi yang memenuhi kriteria tertentu, wajib memberitahukan setelah transaksi tersebut efektif. Setelah berbagai analisis dan pertimbangan dilakukan, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) kemudian menyatakan bahwa penggabungan antara Gojek dan Tokopedia ke dalam GoTo tidak ada indikasi monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.

Meskipun GOTO dinilai tidak memiliki indikasi monopoli atau persaingan usaha tidak sehat, namun banyak juga pihak yang berpendapat bahwa merger GOTO ini meningkatkan potensi dan memicu adanya konsentrasi pasar. Selain itu, hal ini juga menjadi perhatian karena pasar dari ekonomi digital akan dikuasai oleh pemain atau pelaku usaha besar yang tidak menutup kemungkinan pelaku usaha dominan ini bisa sesukanya memainkan harga di Pasar. Menurut Bhima Yudhistira, Pengamat Ekonomi Institute for Development of Economic and Finance (INDEF), dampak negatif yang dapat muncul dari merger dua perusahaan raksasa digital Indonesia tersebut adalah berdampak kepada sistem ekonomi yang terintegrasi. Hal ini juga dapat menyebabkan yang dapat mengakses pasar hanyalah segelintir pelaku usaha besar sehingga riskan menciptakan sistem ekonomi oligopoli. Terlebih lagi, apabila pasar digital sudah terlanjur dikuasai pemain besar, maka pemain kecil akan sulit berkembang. Sekalipun mereka berani masuk ke pasar dan punya inovasi yang bagus, belum tentu hal itu dilirik pasar karena sudah bergantung pada ekosistem yang lebih luas dari pemain-pemain besar. Hal ini juga kemudian akan membuat switching cost konsumen menjadi semakin mahal dan sulit.

Selain kasus Google di atas, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) selama beberapa tahun terakhir juga aktif mengkaji mengenai perkembangan ekonomi digital. Berdasarkan website KPPU, terdapat kajian yang sudah dibuat terkait sektor ekonomi digital. Pada tahun 2020, KPPU melakukan kajian yang fokus mempelajari faktor-faktor dan perilaku konsumen yang mempengaruhi dalam menentukan pasar bersangkutan dalam e-commerce. Secara umum, kajian KPPU memperoleh fakta sebagai berikut: 1) Gagasan yang paling utama dalam memilih perusahaan e-commerce adalah kredibilitas pelanggan; 2) Harga dan waktu pengiriman menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih merchant; 3) Konsumen juga mempertimbangkan untuk beralih pedagang saat ada perbedaan harga 10%; 4) Toleransi waktu pengiriman yang diterima konsumen untuk pengiriman dalam kota adalah 0 hingga 3 hari; 5) Konsumen cenderung lebih memilih e-commerce domestik, pemilihan e-commerce luar negeri terjadi pada saat produk yang diinginkan tidak tersedia di e-commerce lokal atau jika penyedia asing memberikan biaya yang lebih rendah.

Dalam menentukan pasar bersangkutan di sektor ini, sisi geografis penentuan pasar bersangkutan tidak lagi bisa ditentukan dengan cara tradisional. Karena aspek geografis e-commerce sangat ditentukan oleh biaya pengiriman, harga barang, dan waktu pengiriman. Biaya pengiriman yang rendah dan waktu pengiriman yang singkat dapat membuat provider luar negeri bersaing dengan provider lokal.

Dari kajian tersebut, KPPU juga mendapatkan fakta bahwa persaingan bisnis pada platform online khususnya e-commerce didukung oleh dua faktor utama yang berkaitan, yaitu pengendalian data dan adanya jaringan informasi. Yang mana, ini berarti bahwa perusahaan yang kuat dalam pengendalian data cenderung

akan lebih mudah membentuk jaringan informasi. Pada saat yang sama, perusahaan yang mengontrol jaringan informasi lebih mudah mengumpulkan data dalam jumlah besar. Pengelolaan jaringan banyak dilakukan dengan memaksimalkan peran media sosial dan mesin pencari. KPPU dapat mempertimbangkan hal-hal tersebut dalam penegakan hukum di bidang ini, terutama untuk selalu mempertimbangkan faktor-faktor di atas.

Simpulan

Selama beberapa tahun belakangan KPPU sudah berperan dalam pengawasan ekonomi digital, baik dalam analisis merger akuisisi maupun dalam bentuk kajian. Analisis merger GoTo dan kajian sektor ekonomi digital dapat menjadi pelajaran penanganan kasus persaingan usaha berikutnya. Di masa depan peran KPPU masih dibutuhkan untuk menjawab tantangan ekonomi digital.

Selain dari berbagai tantangan ekonomi digital terhadap sosial atau masyarakat, tantangan juga terjadi dalam pengawasan atau pengaturan persaingan usaha, khususnya terhadap negara berkembang. Salah satu tantangan ekonomi digital terhadap negara-negara berkembang adalah terkait kekuatan dari otoritas persaingan usaha, yang pasti relatif muda dan dengan sumber daya yang terbatas, terlebih harus menangani kasus persaingan dalam pasar yang semakin terkonsentrasi dan ekonomi yang semakin global. Selain itu, untuk menentukan kekuatan pasar (market power) dari pelaku usaha di ekonomi digital sangatlah berbeda dengan di ekonomi konvensional, karena diperlukan analisis kriteria yang berbeda, dan juga kontrol atau akses ke data digital. Tantangan lain yang muncul adalah kekhawatiran akan keadaan ekonomi digital hanya dikuasai dan didominasi oleh pemain-pemain atau pelaku usaha besar saja dan bukan pengusaha kecil lokal.

Antisipasi atas berkembangnya pembentukan persaingan usaha pada sektor ekonomi digital sekarang ini merupakan suatu hal yang penting. Ekosistem digital baru telah melihat adanya cara-cara baru untuk perilaku anti persaingan, dimana dapat mengubah apa yang sejauh ini merupakan pelanggaran hukum persaingan tradisional. Oleh karena itu, studi kasus mengenai persaingan usaha di era ekonomi dibutuhkan KPPU untuk menjadi bahan pertimbangan yang perlu dicermati mengenai pentingnya negara-negara untuk menjaga iklim persaingan usahanya. Kasus persaingan usaha yang terjadi di sektor ekonomi digital juga bervariasi sehingga kasus di negara lain dapat menjadi pelajaran berharga.

Pemerintah saat ini sedang melakukan penyusunan beberapa aturan yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Diantaranya terkait Perlindungan Data Pribadi. Ada baiknya agar KPPU ikut serta melakukan sumbang saran agar prinsip persaingan yang sehat dapat dimasukkan dalam peraturan yang baru nanti. Selain itu ada baiknya KPPU bekerjasama dengan negara maju, untuk memperkuat kerja sama internasional terkait isu yang berhubungan dengan ekonomi digital.

Referensi

- Apa Perbedaan Ekonomi Digital dengan Ekonomi Biasa?, Kompasiana, (22 April 2020), <https://www.kompasiana.com/jasanova/5e9fd4e6097f3604b6755a72/apa-perbedaan-ekonomi-digital-dengan-ekonomi-biasa>, Diakses pada 12 Agustus 2022.
- BKPM: Ekonomi Digital Tumpuan Pertumbuhan RI, Wartaekonomi.co.id, (6 Oktober 2016), <https://wartaekonomi.co.id/read115697/bkpm--ekonomi-digital-tumpuan-pertumbuhan-ri>, Diakses pada 13 September 2022.
- Brian A. Wing & Maria Monica Wihardja, "Apa yang dapat dipelajari Indonesia dari transformasi ekonomi digital di China?", World Bank Blogs, (24 Februari 2022), <https://blogs.worldbank.org/id/eastasiapacific/what-can-indonesia-learn-from-china-digital-economic-transformation>, Diakses pada 12 Agustus 2022.
- Dampak Merger Gojek Dan Tokopedia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha, Fakultas Hukum Universitas Airlangga. (2021, May 26), <https://fh.unair.ac.id/en/dampak-merger-gojek-dan-tokopedia-ditinjau-dari-perspektif-hukum-persaingan-usaha/>, Diakses pada 16 Agustus 2022.
- Desy Setyowati, "KPPU: Merger Gojek dan Tokopedia Jadi GoTo Tak Monopoli" Kata Data, (31 Maret 2022), <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6245d52b715fe/kppu-merger-gojek-dan-tokopedia-jadi-goto-tak-monopoli>, Diakses pada 16 Agustus 2022.
- Deutsche Welle, "Google Digugat AS Atas Dugaan Memonopoli Persaingan Internet", detikNews, (21 Oktober 2020), <https://news.detik.com/dw/d-5222256/google-digugat-as-atas-dugaan-memonopoli-persaingan-internet>, Diakses pada 18 Agustus 2022.
- Geneva, "Competition issues in the digital economy", UNCTAD, (2019, July 12), https://unctad.org/system/files/official-document/ciclpd54_en.pdf, Diakses pada 12 Agustus 2022.
- Jamison 2019a, supra note 5, (2019).

-
- kopedia-idea-ekonomi-digital-di-indonesia-memiliki-potensi-besar, Diakses pada 16 Agustus 2022.
- Koran Sindo, "AS-China Kuasai Ekonomi Digital", Sindonews.com, (8 September 2019), <https://ekbis.sindonews.com/berita/1437527/34/as-china-kuasai-ekonomi-digital>, Diakses pada 11 September 2022.
- Pete Swabey, "Digital Markets Act: EU agrees new antitrust rules for the digital economy", Techmonitor,
- Ridwan Nanda Mulyana, "Merger Gojek-Tokopedia, idEA: Ekonomi digital di Indonesia memiliki potensi besar, Kontan, (18 Mei 2021), <https://newssetup.kontan.co.id/news/merger-gojek-to>
- Siti Kholifah, M.Pd, "5 Tantangan Digital Ekonomi di Indonesia", (18 Juli 2022), Universitas STEKOM, <http://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/5-Tantangan-Digital-Ekonomi-di-Indonesia/a/e1ef65f2faa5a2129f2fa6bdc95e57ec8bfb6d4e>, Diakses pada 11 Agustus 2022.
- Ulfa Arieza, Membaca Maksud China "Ngerem" Perusahaan Raksasa, CNN Indonesia, (25 Agustus