

PERAN KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA BERKAITAN DENGAN *PREDATORY PRICING* DALAM BISNIS LAYANAN *ONLINE FOOD DELIVERY*

Ni Komang Sri Adnyani, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: sriadnyani644@gmail.com

I Made Sarjana, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: made_sarjana@unud.ac.id

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2023.v11.i02.p15>

ABSTRAK

Tujuan penulisan ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana keterkaitan layanan online food delivery dengan indikasi predatory pricing dalam persaingan usaha tidak sehat dan bagaimana penegakan hukum yang dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) berkaitan dengan predatory pricing dalam layanan online food delivery, dimana penelitian permasalahan ini dibuat dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif serta studi kepustakaan (library research). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa layanan online food delivery tidak terindikasi praktek persaingan usaha tidak sehat khususnya dalam aspek predatory pricing karena promo yang digunakan untuk mempromosikan bisnis yang dijalani saja. Dalam hal ini KPPU tetap memiliki peran dalam mengawasi dan menegakkan hukum kegiatan usaha agar terciptanya persaingan usaha yang sehat.

Kata Kunci: *Persaingan Usaha, E-Commerce, Penegakan Hukum*

ABSTRACT

The purpose of this writing is to find out how online food delivery services are related to indications of predatory pricing in unfair business competition and how law enforcement is carried out by Business Competition Supervisory Commission (KPPU) related to predatory pricing in online food delivery services, where research on this problem is made using normative juridical research methods as well as literature studies (library research). The results of this study indicate that online food delivery services do not indicate unfair business competition practices, especially in the aspect of predatory pricing because promos are used to promote the business being undertaken. In this case KPPU still has a role in supervising and enforcing the law on business activities in order to create fair business competition.

Keywords: *Business competition, E-Commerce, Law enforcement*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin canggihnya teknisi teknologi serta kemajuan informasi masa kini dapat dilihat dimana proses yang cepat telah berhasil menciptakan berbagai jenis kemajuan terhadap hampir semua bidang kehidupan manusia terutama pada bidang bisnis.¹ Kemajuan teknologi pada masa sekarang yang terjadi terlihat pada bidang perdagangan yaitu dalam bidang barang dan jasa. Pada umumnya pelaksanaan

¹ Wulandari, Yudha Sri. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce." *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum* 2, No. 2 (2018): 199-210.

kegiatan transaksi perdagangan dilakukan dengan cara bertemu langsung antara pihak penjual dengan si pembeli, namun masa kini kegiatan transaksi tersebut dapat dilakukan via *online* yaitu dapat melalui aplikasi secara elektronik.² Dalam mekanisme pembayaran dan pengirimannya melalui pihak ketiga dan tidak langsung menuju kepada pihak yang tertuju, namun masa kini pembayaran dilakukan secara pribadi dengan memanfaatkan sistem *digital cash* atau *e-money*.

Kegiatan bisnis yang meliputi para konsumen, penyedia jasa, dan pedagang perantara dengan memakai dan memanfaatkan media elektronik dalam proses kerjanya disebut dengan *Electronic Commerce* atau disingkat menjadi *E-Commerce*.³ Meningkatnya nilai transaksi *E-Commerce* menjadi faktor pendorong tumbuhnya jumlah pelaku usaha salah satunya di Indonesia yang dimana hal itu membuat adanya syarat wajib dalam persaingan usaha pasar menjadi ketat dalam hal kompetitif.⁴ Pelaku usaha bisa mempengaruhi keadaan pasar dan memberikan dampak pasar terdistorsi yang disebabkan oleh perilakunya. Alfred Marshab dalam kitab T. Burke et al., seorang ekonom terkemuka mengusulkan pada kata persaingan diubah menjadi "*economic freedom*".⁵

Perkembangan kecanggihan teknologi sekarang menyediakan beragam aplikasi penyedia layanan *online food delivery* sehingga membuat masyarakat untuk memilih aplikasi yang menyediakan layanan *online food delivery* dengan memberikan fasilitas menarik salah satunya *voucher* diskon makanan serta gratis biaya kirim atau sering disebut dengan gratis ongkos kirim. Seiring dengan perkembangan kecanggihan teknologi perkembangan perjalanan bisnis *online*-pun mengikuti. Menduniannya bisnis yang berbasis aplikasi *online* ini melahirkan berbagai layanan *online food delivery* yang diciptakan para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Hal ini memunculkan beberapa aplikasi yang menawarkan jasa layanan *online*, yaitu Grab, Gojek, serta Shopee. Dari ketiga aplikasi layanan *online* tersebut memiliki sebuah fitur layanan yang sama yaitu layanan *online food delivery*. Masyarakat pasti akan lebih memilih aplikasi yang memberikan fasilitas terbaik berupa keuntungan bagi keuangan masyarakat atau konsumen mengingat tingginya tingkat kebutuhan konsumen dan penurunan ekonomi akibat pandemi *Covid-19*. Aplikasi layanan *online food delivery* yang sedang mendunia antara lain *GoFood*, *GrabFood*, dan *ShopeeFood*.

Potensi terjadinya persaingan dalam menjalankan sebuah kegiatan bisnis yang tergolong kedalam jenis tindakan persaingan usaha tidak sehat dalam bisnis digital pada mulanya tidak dapat dihindari. Sebuah perusahaan yang menjalankan usaha *E-Commerce* dengan cakupan yang besar tentu saja mempunyai potensi untuk menguasai pasar serta dapat mengatur pasar sesuai keinginannya yang disebut sebagai *lock-in*. *Lock-in* membuat munculnya halangan berupa hambatan kepada perusahaan lain untuk berkecimpung kedalam pasar dan perusahaan *E-Commerce* yang menggunakan skala besar tersebut cenderung mempunyai posisi produk yang ditawarkan dengan

² Hotana, Melisa Setiawan. "Industri *E-Commerce* Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha." *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* 1, No. 1 (2018): 28-38.

³ Natalia, Titie Syahnaz. "Tinjauan Yuridis Mengenai Transaksi *E-Commerce* Berdasarkan Perspektif Hukum Perdata." *KEADILAN PROGRESIF* 11, No. 1 (2020). 74-84.

⁴ Effendi, Basri. "Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (*E-Commerce*) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Syiah Kuala Law Journal* 4, No. 1 (2020): 21-32.

⁵ Andi Fahmi Lubis dkk. *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta Pusat, KPPU, 2017), 25.

level kedudukan lebih diatas dibandingkan penggunaanya serta dapat menyebabkan terbentuknya hubungan kemitraan yang tidak sebanding.

Bisnis di Indonesia ketentuannya sudah dituangkan dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang dimana dalam undang-undang ini melarang adanya persaingan usaha tidak sehat dan sudah mengatur bagaimana bentuk sebuah tindakan persaingan usaha tidak sehat tersebut. Dalam Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 menentukan bahwa pelaku usaha yang melakukan kegiatan bisnis apapun dilarang melakukan sebuah kegiatan jual rugi atau melakukan sebuah tindakan kecurangan dengan cara menetapkan harga yang rendah dan dapat menyingkirkan pesaingnya dalam pasar dan mengakibatkan munculnya sebuah hal yang termasuk kedalam praktek monopoli.

Peristiwa ini terdapat indikasi memicu terjadinya kasus monopoli bisnis digital di Indonesia, perkembangan tiga perusahaan besar *food delivery online* yaitu *GrabFood*, *GoFood*, dan *ShopeeFood*. Ketiga perusahaan tersebut memberlakukan sistem tarif diskon terhadap makanan berupa *voucher* potongan harga dan gratis ongkos kirim kepada pelanggannya jika saat memesan makanan menggunakan alat pembayaran berupa aplikasi tertentu. Kebijakan ini dapat mengarah kepada *predatory pricing* yang diartikan sebagai kegiatan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara jual rugi atau menetapkan harga dibawah rata-rata dan terbilang rendah yang bertujuan menyingkirkan pesaingnya di pasar yang telah diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. *Predatory pricing* hal itu dapat memusnahkan usaha pesaing dalam pangsa pasar yang menimbulkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Pesaing usaha dalam layanan aplikasi *online* yang menawarkan jasa berkembang semakin pesat dengan strategi pemasaran yang menarik dengan tujuan untuk mendapatkan konsumen pengguna fitur jasa *online* ini. Dikeluarkannya Peraturan Menteri Perhubungan No. 12 Tahun 2019 tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan untuk Kepentingan Masyarakat mengenai pemberlakuan tarif baru untuk harga yang dipasang dalam menggunakan jasa pengantar secara *online* per tanggal 1 Mei 2019. Dengan adanya pembentukan peraturan mengenai pemberlakuan tarif tersebut kompetitor aplikasi penyedia layanan jasa antar secara *online* semakin gencar untuk menjalani bisnis dan membuat strategi promosi yang bervariasi guna menarik minat konsumen.

Pelaksanaan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 untuk kegiatan bisnis di Indonesia sudah terlaksana cukup baik dalam mengatur ketentuan tentang aturan dalam persaingan usaha di Indonesia, namun peraturan tersebut masih mengatur ruang lingkup perdagangan fisik dan belum mengatur secara khusus terkait *E-Commerce*. Terkait dengan penelitian ini untuk menghindari tindakan plagiat atas karya ilmiah serta pembuktian atas jurnal ini memiliki sebuah orisinalitas dan serta keilmuan baru atas permasalahan yang terjadi, dengan demikian adapun penelitian hukum yang melakukan penelitian dengan persoalan sama namun dengan konteks yang lebih umum dan adanya pembandingan antara karya ilmiah ini. Penelitian terdahulu oleh Hanif Fikri Indratma melakukan sebuah penelitian hukum yang berjudul "Pemberian *Voucher* Promo Oleh Gojek Ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha" dimana pada penelitian tersebut membahas pemberian potongan harga yang dilakukan oleh Gojek merupakan terindikasi praktek jual rugi (*predatory pricing*) dan akibat hukum yang harus ditanggung oleh pelaku usaha apabila terbukti melakukan jual rugi dengan skala lebih umum yaitu pemberian *voucher* promo yang diberikan

Gojek sebagai fasilitas untuk konsumennya⁶, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan kepada bisnis layanan *online food delivery* serta aplikasi yang lebih spesifik seperti *GoFood*, dimana aplikasi *GoFood* berada dalam naungan aplikasi Gojek sendiri serta karya tulis ini juga membahas tentang dua aplikasi bisnis layanan *online food delivery* lainnya yaitu *GrabFood* dan *ShopeeFood*. Dari uraian penjelasan tersebut maka penulis memiliki keinginan untuk melakukan penelitian dengan judul "**Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha Berkaitan Dengan *Predatory Pricing* Dalam Bisnis Layanan *Online Food Delivery***", dengan memiliki tujuan untuk mengetahui pemberian *voucher* potongan harga makanan dalam layanan *online food delivery* adanya konsep *predatory pricing* serta bagaimana penegakan hukum oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha jika terbukti adanya *predatory pricing* yang menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dari ketiga layanan *online food delivery* melakukan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana keterkaitan layanan *online food delivery* dengan indikasi *predatory pricing* dalam persaingan usaha tidak sehat?
2. Bagaimana penegakan hukum yang dilakukan oleh KPPU berkaitan dengan *predatory pricing* dalam layanan *online food delivery*?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan dari pembuatan jurnal ini untuk mengetahui bagaimana keterkaitan layanan *online food delivery* jika adanya praktek persaingan usaha tidak sehat dalam keberlangsungan bisnis tersebut dan bagaimana bentuk penegakan hukum oleh KPPU dalam mengatasi penyelenggaraan bisnis *E-Commerce* layanan *online food delivery* yang tergolong ke dalam persaingan usaha tidak sehat.

2. Metode Penelitian

Menganalisa permasalahan yang diangkat dalam studi ini diperlukan suatu penelitian hukum secara yuridis normatif dengan menggunakan norma hukum serta pendekatan kepada perundang-undangan yaitu pendekatan yang dilaksanakan menggunakan cara memahami dan menelaah semua aturan undang-undang, regulasi serta peraturan lainnya yang berhubungan dengan kesesuaian hukum dalam permasalahan ini dan dilanjutkan dalam pembahasan yang menggunakan sistem penelitian studi kepustakaan (*library research*), studi ini merupakan sebuah studi yang menggunakan teknik perolehan data dengan cara mengumpulkan informasi dari berbagai macam sumber kepustakaan terkait.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Keterkaitan Layanan *Online Food Delivery* dengan Indikasi *Predatory Pricing* dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat

Pasal 1 angka 6 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan bahwa "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".

⁶ Indratma, Hanif Fikri. "Pemberian *Voucher* Promo Oleh Gojek Ditinjau Dari Hukum Persaingan Usaha." *Media of Law and Sharia* 2, No. 4 (2021): 346-367.

Kegiatan pembayaran berupa pembayaran menggunakan alat elektronik yaitu secara digital memiliki berbagai definisi. *E-Commerce* sebuah bentuk usaha yang meliputi konsumen, perusahaan yang menyediakan jasa, dan pedagang perantara dengan menggunakan alat elektronik dan jaringan komputer yang dikenal dengan sebutan internet.⁷ Dalam melakukan bisnis terdapat unsur karakteristik bisnis *E-Commerce*, yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat sebuah keberadaan kontrak bisnis;
2. Pelaksanaan kontrak bisnis tersebut dengan perantara media elektronik;
3. Dalam kegiatan ini pihak tidak perlu hadir yaitu hadir berupa fisik;
4. Pelaksanaan kontrak dilakukan dalam jaringan publik;
5. Mempunyai nilai ekonomi.

Penyelenggaraan usaha berbasis media elektronik disebut dengan bisnis digital (*E-Commerce*) diatur dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik selanjutnya disebut UU ITE. Pasal 1 angka 2 UU ITE menentukan bahwa setiap kegiatan pembayaran atau transaksi elektronik adalah suatu perbuatan yang mengandung unsur hukum dan dilakukan dengan menggunakan bantuan media elektronik. Faktor yang menyebabkan sebuah hubungan hukum timbul diantara pelaku usaha transaksi melalui *E-Commerce*, seperti adanya hubungan dalam konsep bisnis untuk bisnis, bisnis untuk seorang konsumen, serta konsumen untuk konsumen karena adanya aspek hukum keperdataan.⁸

Bentuk persaingan usaha tidak sehat antara lain disebut dengan monopoli. Marak terjadi kasus tindakan tersebut yang berbasis *platform* bisnis digital, salah satu contohnya yaitu munculnya model layanan *online food delivery*. Seiring dengan perkembangan digital perkembangan bisnis digital dalam layanan antar makanan di Asia Tenggara khususnya Indonesia sangat menarik perhatian para pengusaha. Masyarakat Indonesia yang tergolong konsumen *food delivery online platform* cenderung suka dengan kehadiran yang memudahkan dalam proses membeli dan mengantarkan makanan, dimana layanan tersebut bisa diakses melalui aplikasi yang sudah tersedia di *smartphone*.

Perusahaan di Indonesia yang menawarkan kemudahan layanan jasa antar makanan berbasis bisnis digital antara lain yaitu Go-jek dengan fitur *GoFood*, Grab dengan fitur *GrabFood*, dan fitur terbaru Shopee yaitu *ShopeeFood*. Persaingan antara ketiga *platform* terlihat bersaing secara ketat, terlihat adanya perang dalam layanan yang mereka tawari salah satunya dalam *marketing*. Potongan harga atau diskon yang mereka tawarkan kepada konsumen juga beragam dan memiliki kemiripan antara lain gratis ongkir. *GoFood* dan *GrabFood* sudah menguasai pasar terlebih dahulu sebelum adanya *ShopeeFood*. Penawaran diskon besar-besaran dan perang harga telah dikuasai oleh *ShopeeFood*. Jika dilihat *GrabFood*, *GoFood*, serta *ShopeeFood* mereka menggunakan sebuah sistem *marketing* yang menggunakan strategi *predatory promotion* atau promosi dengan pelaksanaan secara besar-besaran dan diskon besar-besaran untuk menghambat lawan atau memusnahkan lawan dalam pasar.⁹

⁷ Hakiki, Aditya Ayu, Asri Wijayanti, dan Rizania Kharismasari. "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online." *Justitia Jurnal Hukum* 1, No. 1 (2017): 1-18.

⁸ SP, Cheyzsa Mega Andhini. "Problematisa Hukum Pada *Peer To Peer Lending* Di Indonesia Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha." *Jurist-Diction* 2, No. 6 (2019): 2025-2044.

⁹ Panjaitan, Yohanna Ameilya. "Indikasi *Predatory Pricing* Pada Praktik Perang Harga Antara Pelaku Usaha *Financial Technology (FINTECH)* Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia," *Dharmasiswa*: 1, No. 3 (2021): 1615-1630.

Praktek perang harga ketiga perusahaan besar ini bisa mengakibatkan timbulnya persaingan usaha tidak sehat. Pelaku usaha yang membidangi bisnis digital *food delivery* lainnya akan mengalami kesulitan dalam menyaingi harga yang ditawarkan ketiga perusahaan dengan memiliki kekuatan besar dalam bisnis layanan *online food delivery*. Melakukan sebuah penetapan terhadap harga yang terbilang level rendah dari umumnya membuat konsumen menjadi langganan tetap dan tidak beralih kepada perusahaan lain yang menawarkan jasa yang sama. Hal ini akan mengarahkan pasar ke dalam arah *Red Ocean Market* dimana terdapat pengertian bahwa persaingan sangat ketat dalam pasar dan sulit ditembus karena perusahaan besar bersaing pada kategori bentuk pasar serta bisnis yang sama.

Pelaku usaha dilarang untuk melakukan kegiatan usaha dengan menerapkan strategi pemasaran dengan sistem jual rugi untuk memikat konsumen dan melindungi posisinya dalam pangsa pasar. Berdasarkan semua penjelasan yang telah dijabarkan di atas, untuk bisa menentukan tentang apakah praktek pemberian *voucher* promo terhadap *food delivery online* oleh Gojek, Grab, dan Shopee merupakan *praktek predatory pricing* (praktek persaingan usaha tidak sehat) berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah merupakan kewenangan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).

Predatory pricing atau biasa disebut dengan kegiatan yang melakukan jual rugi ialah suatu bentuk kegiatan usaha yang menawarkan produknya berupa barang dan atau jasa dengan menerapkan sistem jual rugi dimana memiliki tujuan untuk membuat pesaing usaha atau pelaku usaha lainnya dalam pasar tersingkir, faktor pendukung munculnya *predatory pricing* ini dengan adanya cara menetapkan sebuah harga yang tidak semestinya atau tidak wajar dimana sering disebut sebagai tindakan yang menetapkan harga dibawah level harga normal atau harga yang semestinya. Dalam pelaksanaan tindakan *predatory pricing* tersebut, dilaksanakan oleh pelaku usaha yang ingin mendominasi dalam pasar dan tidak boleh ada pesaing lainnya dalam bisnis yang dia naungi. Jual rugi jika dihitung dalam jangka waktu pendek memang menguntungkan namun ketika pelaku usaha kegiatan bisnis berkegiatan sebagai monopoli pelaku usaha tersebut akan meninggikan harga normal dari sebuah barang dan atau jasa yang dijual dalam bisnisnya dengan tujuan untuk mengcover pemasukannya yang mengalami kerugian karena menerapkan sistem jual rugi atau *predatory pricing*.

Kegiatan jual rugi ini tidak diperbolehkan dan dilarang bukan hanya karena pelaku usaha menerapkan tarif dalam pembelian yang dibawah harga normal dan tergolong rendah, tetapi dikarenakan pelaku usaha yang melakukan *predatory pricing* dimasa yang akan datang menyebabkan pelaku usaha yang minim persaingan dan dapat menaikkan harga sesuka mereka tanpa ada pesaing sehingga tetap akan menguasai pasar. Apabila pelaku usaha tidak menaikkan harga atau mengurangi jumlah produksinya di kemudian hari atau setelah tidak ada pesaing lagi, maka bisa dikatakan pelaku usaha tersebut tidak melakukan *predatory pricing* yang disebutkan melanggar dalam Pasal 20 Undang - Undang Nomor 5 Tahun 1999 Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Predatory Pricing* telah diatur dalam ketentuannya dirumuskan sebagai peraturan yang sifatnya *rule of reason*.

Hal tersebut sebenarnya menunjukkan bahwa dalam penyelenggaraan kegiatan usaha tidak dilarang untuk menetapkan harga jual yang rendah apabila masih dalam konteks persaingan usaha yang sehat dan tidak mengakibatkan terjadinya kegiatan yang dilarang seperti praktek monopoli dengan makna melanggar suatu konsep persaingan usaha yang damai. Pendorong untuk membuat konsumen tertarik dalam

memanfaatkan layanan *online food delivery* yaitu dengan adanya pemberian *promo potongan harga* atau bisa disebut dengan *voucher potongan harga* dalam kegiatan pemasaran produknya yang dikenal juga dengan sebutan *price shading*. Potongan harga ini diberikan atau bisa digunakan jika pembelian barang dan atau jasa sudah mencapai batas minimum harga atau volume barang yang telah ditentukan oleh pelaku usaha. Pemberian promo tersebut untuk mempengaruhi pembeli atau konsumen agar tertarik dan menggunakan layanan *online food delivery* tersebut dan juga untuk memperoleh sebuah angka keuntungan dalam pemasukan.

3.2 Penegakan Hukum yang Dilakukan oleh KPPU Berkaitan dengan *Predatory Pricing* dalam Layanan *Online Food Delivery*

Pada perspektif ekonomi terdapat kebijakan persaingan usaha dan aturan hukum sebagai bentuk strategi usaha untuk meminimalisir tidak maksimalnya persaingan usaha yang disebabkan oleh sikap penyelenggara usaha yang bersifat anti persaingan.¹⁰ Tidak hanya untuk meminimalisir inefisiensi perekonomian, hukum persaingan usaha di Indonesia juga memiliki tujuan antara lain bersikap adil dalam membagi pendapatan diantara produsen dan melindungi konsumen yang tidak bersifat pribadi secara rata. Konsumen memperoleh perlindungan dari adanya pengaturan persaingan usaha dengan harapan para pelaku usaha bersikap dengan sistem yang adil atau bersaing secara sehat.

Penegakan hukum suatu mekanisme atau proses berupa upaya untuk menegakan fungsi dari aturan-aturan hukum secara konkret sebagai sebuah panduan perilaku dalam keterkaitan hukum pada aktivitas sosial bermasyarakat dan bernegara yang patuh pada aturan. Dilihat dari subjek penegakan hukum tersebut diperkenankan dilakukan oleh siapapun yang berarti cakupan subjek dalam penegakan hukum memiliki makna cakupan umum dan dapat juga diartikan sebagai upaya penegakan hukum oleh subjek dengan ruang lingkup sempit. Penegakan hukum persaingan usaha pada intinya memiliki arti sebagai aksi nyata perlindungan terhadap semua yang berperan dalam kegiatan usaha tanpa terkecuali. Dimana dalam proses pemberdayaan tersebut, wajib adanya pencegahan yang lemah bertambah lemah dalam menghadapi yang memiliki kekuatan di dunia bisnis. Melindungi bukan berarti menutupi diri dari sebuah interaksi, itu akan membuat ketimpangan dalam dunia bisnis. Penegakan hukum ini menjadi suatu bentuk sebuah mekanisme penutup dalam pembuatan sebuah aturan yang disebut undang-undang. Adanya tindakan penegakan hukum kita dapat mengetahui apakah undang-undang yang terbentuk berjalan secara efektif atau sebaliknya.

Dalam melaksanakan sebuah penegakan hukum pada persaingan kegiatan usaha memiliki beberapa metode analisis yang bersifat khusus. Dalam hukum kita mengenal suatu pendekatan yang disebut dengan *Per Se Illegal* dan *Rule Of Reason* dimana dalam sebuah penyelenggaraan usaha memerlukan metode analisis tersebut.¹¹

Per Se Illegal diartikan sebagai pendekatan yang menyatakan sebuah tindakan sebagai tindakan illegal dan tidak menyelidiki lebih lanjut secara jelas mengenai dampak yang terjadi atas tindakan tersebut dalam persaingan. Sedangkan, *Rule Of Reason* diartikan sebagai diartikan sebagai pendekatan yang menerapkan analisis pasar

¹⁰ Maryanto. *Dunia Usaha, Persaingan Usaha Dan Fungsi KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha)* (Semarang, UNISSULA PRESS, 2017), 42.

¹¹ Sumadi, Putu Sudarma. *Penegakan Hukum Persaingan Usaha (Hukum Acara Persaingan Usaha)* (Sidoarjo, Zifatama Jawa, 2017), 78.

untuk mengetahui dampaknya terhadap persaingan, sebelum dinyatakan sebagai melanggar Undang-Undang.

Pada pengaturan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 mengenal sebuah prinsip yang bernama prinsip *Per Se Illegal* dan *Rule Of Reason*,¹² *Per Se Illegal* tidak diperlukan analisis ekonomi dalam mengukur apakah tindakan pelaku usaha tersebut dapat dikatakan melanggar Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 itu telah menghambat proses persaingan atau tidak, namun perlu adanya dibuktikan hanya berkenaan dengan perjanjian yang dilakukan oleh pelaku usaha apakah termasuk perjanjian yang dilarang oleh undang-undang atau tidak. Pembuktiannya tidak harus ada perjanjian tertulis, tetapi bisa dengan perjanjian lisan atau kesepakatan-kesepakatan yang cenderung pada tindakan yang dilarang. Sedangkan, didalam pendekatan *Rule Of Reason* diperlukan mengenai adanya analisis ekonomi untuk menentukan apakah tindakan tersebut menghambat atau justru mendorong persaingan usaha yang sehat, pasal-pasal yang bersifat *Rule Of Reason* ini membutuhkan analisis atau pendekatan ilmu ekonomi.¹³ Adanya kedua prinsip ini memiliki fungsi dalam hukum persaingan usaha untuk mendeteksi dan mengetahui apakah dalam kegiatan bisnis tersebut sudah sesuai dengan aturan undang-undang atau sebaliknya.

Dalam Hukum Positif Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 belum menemukan penentuan secara tegas tentang larangan-larangan yang bersifat *Per Se Illegal*, hal ini perlu ditindak lanjuti dikarenakan untuk pemenuhan kebutuhan penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia. Sedangkan, doktrin *Rule of Reason* secara gambaran umum menegaskan suatu metode dipergunakan dalam upaya penegakan hukum persaingan usaha memiliki tujuan untuk menyelidiki, mendapatkan, dan melakukan pembuktian adanya pemenuhan unsur pembatasan-pembatasan yang tidak wajar dalam persaingan usaha khususnya *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.¹⁴ 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.

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

¹² Supianto, Supianto. "Pendekatan *Per Se Illegal* dan *Rule Of Reason* Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia." *JURNAL RECHTENS* 2, No. 1 (2013): 42-59.

¹³ Murni, Murni. "Analisis Ekonomi Terhadap Pasal-pasal Hukum Persaingan USAha Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999." *Arena Hukum* 5, No. 1 (2012): 21-30.

¹⁴ Marhaeni, Luh Mita. "Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Mencegah Terjadinya Praktek Monopoli Melalui Kartel." *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 2, No. 3 (2014): 1-13.

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 elektronik sebagai media pembantu kelancaran transaksi dalam pelaksanaan sebuah aktivitas usaha berbisnis dengan jenis barang atau jasa yang ditawarkan.¹⁵

Ketentuan pelaku usaha pada UU 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 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.

Akibat hukum yang akan didapat oleh penyelenggara usaha apabila telah terindikasi melakukan pelanggaran ketentuan aturan yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentunya juga sudah diatur dalam undang - undang tersebut. Sanksi yang dijatuhkan kepada pelaku bisnis tersebut juga tergantung dari tingkat pelanggaran yang dilakukan tentunya. Pasal 47 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 telah mengatur tentang apabila seorang pelaku usaha telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap aturan persaingan usaha dan monopoli atau dalam hal ini melakukan praktek *predatory pricing*, maka pelaku usaha tersebut akan mendapatkan sanksi pidana dan sanksi administratif. Ketentuan pemberian tindakan administratif yang diberikan kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 diatur dalam Pasal 47 Ayat 2. Untuk lebih lanjutnya masih ada sanksi - sanksi yang lain antara lain berupa:

1. Adanya pemberlakuan pencabutan sebuah izin usaha yang dimiliki;
2. Sebuah bentuk larangan khususnya tertuju kepada seseorang disebut sebagai pelaku bisnis atau usaha yang dinyatakan telah terbukti melakukan pelanggaran untuk menjabat sebagai jabatan direksi ataupun komisaris dalam kurun waktu dua tahun sampai dengan lima tahun;
3. Pemberhentian tindakan yang memiliki dampak merugikan orang lain.

Maka dari itu jika memang benar seseorang yang menjalankan kegiatan usaha telah melanggar aturan yang sudah dibuat oleh Pemerintah Indonesia maka Komisi Pengawas Persaingan Usaha akan memberikan sanksi berupa tindakan administratif¹⁶, dengan memerintahkan agar perjanjian yang telah dibuat dan melanggar tersebut dibatalkan atau dihentikan, serta menghentikan kegiatan-kegiatan yang dilarang. Adapun tugas dari KPPU yaitu memiliki tugas untuk memberikan saran ataupun pertimbangan kebijakan yang akan dibuat oleh pemerintah terkait dengan persaingan

¹⁵ Lukito, Imam. "Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan *E-Commerce*." *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 11, No. 3 (2017): 349-367.

¹⁶ Githasmara, Ni Made Cindhi Duaty. "Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha Dalam Kegiatan Kartel Obat Di Indonesia." *Kertha Semaya : Jurnal Ilmu Hukum* 1, No. 11 (2013): 1-12.

usaha tidak sehat dan anti monopoli, adapun tugas KPPU juga menyusun pedoman terkait dengan hal tersebut.¹⁷

Dalam 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 jenis, sebagai berikut: *daily deals, bank, classified deals, infrastructure, market place, directory, payment, logistic, online retail* dan *travel*.¹⁸ 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.

Pasal 35 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 ialah mengatur bagaimana tugas sebagai lembaga *independent* yang kita sebut dengan sebutan KPPU dalam mengatur dan menjaga penyelenggaraan usaha di Indonesia. Pasal 35 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 mengatur tentang tugas lembaga KPPU untuk melaksanakan sebuah investigasi dalam penyelidikan pembentukan perjanjian yang dibuat oleh penyelenggara usaha apakah ada indikasi penyebab terjadinya konsep persaingan usaha kondusif tidak terwujud, tidak hanya tugas saja yang diatur dalam undang-undang adapun kewenangan KPPU diatur dalam Pasal 36 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 antara lain berpartisipasi untuk memberikan saran serta pertimbangan atas pembentukan kebijakan atau aturan oleh pemerintah yang memiliki hubungan dengan praktek monopoli serta menyerahkan sebuah laporan secara bertahap dan berkala tentang hasil kerja Komisi kepada Presiden dan DPR. Jadi, dalam menjalankan tugasnya KPPU perlu memperhatikan serta mengawasi yang sudah diatur dalam undang-undang antara lain mengawasi suatu kegiatan yang dilarang seperti pemasokan barang dalam pemasaran, mengawasi adanya perjanjian yang dilarang secara bersama-sama dikarenakan perjanjian tersebut dapat melahirkan persaingan usaha yang tidak kondusif, serta mengawasi adanya posisi dominan, keadaan menyalahgunakan posisi dominan ini karena sang penyelenggara usaha yang memiliki potensi cukup kuat dan membuat dirinya tidak mempunyai pesaing dalam pasar yang dikuasai dan dapat dikatakan memiliki posisi level tertinggi.¹⁹

Dengan demikian, KPPU berwenang dalam melaksanakan penelitian dan penyelidikan serta memutuskan apakah terjadi pelanggaran pelaku usaha sesuai

¹⁷ Andih, Sterry Fendy. "Pengaturan Bukti Petunjuk Pada Hukum Acara Persaingan Usaha Dalam Kerangka Hukum Pembuktian di Indonesia." *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)* 8, No. 4 (2019): 575-587.

¹⁸ KPPU. "Meraup Pasar *E-Commerce*". *Majalah Kompetisi* Edisi 62, (2018), 24.

¹⁹ Supriatna, Supriatna. "Persekongkolan Bisnis Dalam Bentuk Perjanjian Kartel." *Jurnal Hukum Positum* 1, No. 1 (2016): 124-140.

dengan ketentuan aturan Undang-Undang No. 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 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 perundang-undangan yang berlaku hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 44 ayat (4) dan (5) Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.

Jelas diterangkan bahwa KPPU sebagai lembaga khusus mempunyai tugas yang cukup banyak untuk mengatur sebuah usaha agar terciptanya persaingan usaha yang kondusif khususnya pada layanan *online food delivery* dalam konteks bisnis digital. KPPU juga memiliki peran dalam melindungi pelaku usaha dimana bertujuan agar pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya tetap berada dalam ranah dan konsep persaingan usaha yang sehat. KPPU juga memiliki peran dalam melakukan pengawasan pada aktivitas *predatory pricing*, ketika sang pelaku usaha menjual produk usahanya dengan harga yang tidak normal dan tidak wajar.

Lembaga KPPU sudah melakukan sebuah penelitian secara khusus dengan tujuan dapat melihat bagaimana perkembangan ekonomi digital dan apa saja faktor suatu hal yang menimbulkan perilaku anti persaingan yang muncul sejak tahun 2017. Dimana KPPU berhasil dalam mengetahui bagaimana karakteristik bisnis di sektor digital yang tergolong dinamis serta KPPU terus berusaha dengan cara melakukan kegiatan analisis peraturan atau kebijakan Pemerintah dengan tujuan menghindari bertentangan terhadap prinsip sebuah persaingan usaha yang sehat. Peran KPPU tidak hanya berpaku terhadap tindakan pengawasan, konsultasi, maupun penyelidikan terhadap suatu tindakan yang terindikasi adanya tindakan anti persaingan usaha, KPPU juga memiliki tugas serta kewenangan ruang lingkup luas antara lain meliputi bagian yudikatif, legislatif, serta eksekutif. Pertama, kewenangan KPPU dalam wilayah yudikatif yaitu melakukan tindakan penyelidikan, memutus, dan memberikan penjatuhan hukuman administratif atas perkara yang dinaunginya dan diperiksanya. Kedua, kewenangan KPPU dalam wilayah legislatif yaitu membuat peraturan-peraturan yang berlaku secara eksternal dan bersifat mengikat publik contohnya Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Ketiga, kewenangan KPPU dalam wilayah eksekutif yang berhubungan dengan kewenangan KPPU dalam melaksanakan ketentuan pada aturan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 meliputi seluruh pengaturan pelaksanaannya sebagai bukti nyata implementasi hukum persaingan usaha.²⁰ Sebagai lembaga penegak hukum dengan mempunyai sebuah kewenangan dengan cukup luas, KPPU adalah sebuah lembaga administratif yang memiliki

²⁰ Hayati, Adis Nur. "Analisis Tantangan Dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21, No. 1 (2021): 109-122.

kewenangan administratif maka dari itu perlu di ingat bahwa KPPU tidak memiliki kewenangan selain menjatuhkan sanksi administratif.²¹

4. Kesimpulan

Keterkaitan layanan *online food delivery* dengan indikasi *predatory pricing* dalam persaingan usaha tidak sehat dapat dilihat dalam pelaksanaan layanan *online food delivery* pemberian sebuah *voucher promo* sebagai bentuk potongan harga dalam pembelian barang dan penggunaan jasa serta pemberian gratis ongkos kirim seperti pada aplikasi *Shopeefood*, *GrabFood*, dan *Go-Food* yang dapat dinyatakan tidak adanya indikasi adanya penerapan *predatory pricing* dan tidak melanggar ketentuan yang diatur pada Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang diatur khusus pada Pasal 20 dan Pasal 21. Ketiga aplikasi layanan *online food delivery* tersebut menggunakan kebijakan pemberian promo tersebut untuk tujuan dalam segi pemasaran produk mereka untuk menarik minat konsumen, dan ketiga kompetitor tersebut tidak menyingkirkan satu sama lain melainkan membuat pesaing baru muncul seperti adanya TokopediaNyam. Lembaga KPPU memiliki peran penting dalam proses penegakan hukum persaingan usaha pada sektor *E-Commerce* yang berkaitan dengan *predatory pricing* dalam layanan *online food delivery* walaupun dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tidak mengatur khusus hal tersebut. Tugas dan kewenangan KPPU cukup luas tidak hanya memiliki kewenangan pengawasan, konsultasi, serta penyelidikan atas suatu tindakan yang terindikasi adanya tindakan anti persaingan usaha, KPPU juga memiliki kewenangan wilayah yudikatif, legislatif, dan eksekutif. Namun, KPPU tetap sebagai lembaga yang hanya bisa memberi sanksi bersifat administratif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Andi Fahmi Lubis dkk. *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta Pusat, KPPU, 2017).
Maryanto. *Dunia Usaha Persaingan Usaha Dan Fungsi KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha)* (Semarang, UNISSULA PRESS, 2017).
Sumadi, Putu Sudarma. *Penegakan Hukum Persaingan Usaha (Hukum Acara Persaingan Usaha?)* (Sidoarjo, Zifatama Jawara, 2017).

Jurnal:

- Andih, Sterry Fendy. "Pengaturan Bukti Petunjuk pada Hukum Acara Persaingan Usaha Dalam Kerangka Hukum Pembuktian di Indonesia." *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)* 8, No. 4 (2019).
Effendi, Basri. "Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (*E-Commerce*) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Syiah Kuala Law Journal* 4, No. 1 (2020).

²¹ Suryanitya, Dewa Ayu Reninda. "Kedudukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Sebagai Lembaga Pengawas Persaingan Usaha Yang Independen." *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 5, No. 2 (2016): 1-5.

- Githasmara, Ni Made Cindhi Duaty. "Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha Dalam Kegiatan Kartel Obat Di Indonesia." *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 1, No. 11 (2013).
- Hakiki, Aditya Ayu, Asri Wijayanti, and Rizania Kharismasari. "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online." *Justitia Jurnal Hukum* 1, No. 1 (2017).
- Hayati, Adis Nur. "Analisis Tantangan Dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21, No. 1 (2021).
- Hotana, Melisa Setiawan. "Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha." *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* 1, No. 1 (2018).
- Indratma, Hanif Fikri. "Pemberian Voucher Promo Oleh Gojek Ditinjau Dari Hukum Persaingan Usaha." *Media of Law and Sharia* 2, No. 4 (2021).
- Lukito, Imam. "Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce." *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 11, No. 3 (2017).
- Marhaeni, Luh Mita. "Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Mencegah Terjadinya Praktek Monopoli Melalui Kartel." *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 2, No. 3 (2014).
- Murni, Murni. "Analisis Ekonomi Terhadap Pasal-pasal Hukum Persaingan Usaha Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999." *Arena Hukum* 5, No. 1 (2012).
- Natalia, Titie Syahnaz. "Tinjauan Yuridis Mengenai Transaksi E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Perdata." *KEADILAN PROGRESIF* 11, No. 1 (2020).
- Suryanitya, Dewa Ayu Reninda. "Kedudukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Sebagai Lembaga Pengawas Persaingan Usaha Yang Independen." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 5, No. 2 (2016).
- SP, Cheyzsa Mega Andhini. "Problematika Hukum Pada Peer To Peer Lending di Indonesia Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha." *Jurist-Diction* 2, No. 6 (2019).
- Supianto, Supianto. "Pendekatan *Per Se Illegal* Dan *Rule Of Reason* Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia." *JURNAL RECHTENS* 2, No. 1 (2013).
- Supriatna, Supriatna. "Persekongkolan Bisnis Dalam Bentuk Perjanjian Kartel." *Jurnal Hukum Positum* 1, No. 1 (2016).
- Panjaitan, Yohanna Ameilya. "Indikasi *Predatory Pricing* Pada Praktik Perang Harga Antara Pelaku Usaha *Financial Technology* (FINTECH) Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia," *Dharmasiswa* 1, No. 3 (2021).
- Wulandari, Yudha Sri. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce." *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum* 2, No. 2 (2018).

Majalah:

KPPU. "Meraup Pasar E-Commerce". *Majalah Kompetisi* Edisi 62, (2018).

Peraturan Perundang-Undangan:

Indonesia, Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817, Lembaran Lepas Sekretariat Negara Republik Indonesia: 29 hlm).

Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843, Lembaran Lepas Sekretariat Negara Republik Indonesia: 25 hlm).

Indonesia, Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2019 Tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 266).