



---

**BARRIER TO ENTRY TERHADAP JASA EKSPEDISI PADA AKTIVITAS  
PERDAGANGAN ONLINE DI INDONESIA DITINJAU DARI ASPEK  
HUKUM PERSAINGAN USAHA**

**Hanna Firdausa Pratonggopati , Aurelia Salsabilla Novalika , Anita Afriana**

Universitas Padjajaran, Indonesia

Email: hanna20007@mail.unpad.ac.id, aurelia20003@mail.unpad.ac.id,

anita.afriana@unpad.ac.id

---

**Abstrak**

Kemajuan teknologi informasi telah mempengaruhi perilaku bisnis dan memunculkan praktik perdagangan elektronik (perdagangan online) yang saat ini telah berkembang sangat pesat. Pemerintah Indonesia mengakomodir regulasi terkait perdagangan elektronik lewat Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam praktiknya, konsep perdagangan elektronik nyatanya tidak akan lepas dari adanya hambatan dan tantangan. Salah satunya adalah penguasaan pasar oleh pemegang posisi dominan sehingga menghambat pelaku usaha lain untuk ikut bersaing (barrier to entry). Dalam aktivitas perdagangan elektronik, permasalahan ini juga terjadi dalam sektor jasa ekspedisi sehingga diperlukan penyelidikan yang komprehensif dan pengaturan yang menyeluruh, baik dari segi regulasi perdagangan elektronik maupun segi regulasi persaingan usaha untuk melindungi pelaku usaha pesaing. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan terhadap peraturan - peraturan terkait serta pendekatan studi kepustakaan. Selain itu juga diperoleh bahan hukum yang didapatkan dari hasil wawancara dengan narasumber KPPU. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya penunjukan secara sepihak terhadap jasa ekspedisi perlu diselidiki dari sudut pandang mitra, seller, maupun konsumen terkait dampak yang ditimbulkan serta perlu adanya peran pemerintah dalam melindungi para pelaku usaha dari penyalahgunaan posisi dominan.

**Kata kunci:** *Perdagangan Elektronik, Jasa Ekspedisi, Hambatan Masuk, Posisi Dominan*

**Abstract**

*Advances in information technology have affected business behaviour and brought about electronic commerce practices that are growing rapidly. The Indonesian government accommodates regulation relating to electronic commerce through Law of the Republic Indonesia No. 19 of 2016 on amendments to the Law No. 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transaction. Practically, the concept of electronic commerce will not be free from obstacles and challenges. One of them is market control by the dominant position, thereby preventing other business actors from competing (barrier to entry). In the electronic commerce activity, this problem also occurs in the expedition services sector, thus it requires a comprehensive investigation regulation, both in terms of electronic trading regulation and competition regulation to protect competing business actors. The research was conducted using a normative juridical research method through consideration based on the related regulations and also conducted with a literature study. Apart from that, equal material was also obtained from interviews with the informant from KPPU. The research results show that there is an unilateral determination of expedition services that need to be investigated from the perspective of partners, sellers and consumers regarding the impacts and the need for the government's role in protecting business actors from abuse of dominant positions.*

**Keywords:** *Electronic Commerce, Expedition Services, Barrier to Entry, Dominant Position*

---

**PENDAHULUAN**

Pada hakikatnya manusia akan selalu memiliki kebutuhan yang berperan penting untuk kehidupannya dan kesejahteraannya. Kebutuhan manusia merupakan keinginan manusia terhadap benda

atau jasa yang cenderung bersifat memenuhi kebutuhan jasmani dan Rohani Samsul, (2019), namun demikian, pada dasarnya kebutuhan manusia tidak hanya sekedar suatu keinginan, tetapi juga merupakan elemen kelangsungan hidup yang senantiasa dapat mempengaruhi pilihan dan perilaku manusia.

Terdapat beberapa kegiatan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan manusia, salah satunya adalah kegiatan jual beli. Berdasarkan ketentuan pada Pasal 1457 KUHPPerdata, jual beli adalah suatu perjanjian dimana salah satu pihak mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lainnya untuk membayar harga yang telah dijanjikan (Subekti & Tjitrosudibio, 2001). Umumnya kegiatan jual beli dilakukan secara konvensional, yaitu dengan bertatap muka secara langsung untuk melakukan transaksi, namun, seiring dengan berkembangnya zaman, kemajuan teknologi pun memungkinkan adanya kegiatan jual beli melalui media elektronik atau biasa disebut dengan perdagangan online.

Kegiatan perdagangan secara online melalui internet yang lazimnya dilakukan di marketplace dikenal juga dengan istilah *Electronic Commerce* (selanjutnya disebut *E-Commerce*). Konsep ini membuat kegiatan jual beli tersebut menjadi lebih efektif dan efisien karena dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (Nugroho & Yuniarlin, 2021). Kegiatan jual beli *online* juga dinilai lebih menguntungkan bagi konsumen karena konsumen tidak perlu menyediakan waktu untuk keluar rumah sekedar membeli barang yang ia butuhkan. Walaupun memiliki mekanisme dan prosedur yang berbeda, tentunya kegiatan jual beli online ini tetaplah tergolong pada kegiatan ekonomi.

Kegiatan ekonomi guna memenuhi kebutuhan manusia terdiri atas kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Kegiatan produksi merupakan kegiatan yang menghasilkan atau menambah nilai guna barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia sehingga menghasilkan keuntungan dan meningkatkan mutu (Jaspiandi et al., 2017). Selanjutnya, kegiatan distribusi adalah perpindahan barang dan/atau jasa dari produsen ke pemakai industri atau konsumen (Kismono, 2012). Sedangkan kegiatan konsumsi adalah penggunaan barang dan/atau jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia (Rosyidi, 2019). Kegiatan-kegiatan tersebut sudah secara otomatis saling berkaitan satu sama lain. Barang atau jasa yang disediakan oleh produsen tidak mungkin sampai ke tangan konsumen tanpa adanya kegiatan distribusi. Selain kegiatan tersebut, dalam kegiatan perdagangan *online* di marketplace dikenal pula adanya istilah *delivery* yang merupakan kegiatan pengiriman barang dari lokasi sumber ke lokasi tujuan yang melibatkan transportasi dan distribusi.

Kegiatan *delivery*/pengiriman barang yang dijual secara *online* melalui *marketplace* tentunya memerlukan bantuan jasa ekspedisi. Dengan menggunakan jasa ekspedisi, kegiatan distribusi atau pengiriman barang bisa dilakukan secara praktis dimana pihak jasa ekspedisi juga menjamin pengiriman barang dilakukan dengan cepat dan aman. Pihak *Marketplace* biasanya menyediakan opsi jasa ekspedisi yang dapat dipilih dengan menyesuaikan tarif dan kenyamanan konsumen. Namun, faktanya tidak jarang marketplace sebagai pemegang posisi dominan menerapkan *barrier to entry* dalam kegiatannya.

*Barrier to entry* diartikan sebagai hambatan dimana pelaku usaha yang memiliki posisi dominan akan membatasi bahkan mendistorsi pasar sehingga menyulitkan pesaingnya. Perusahaan tidak memiliki pesaing karena adanya hambatan (*Barrier to entry*) Lubis, (2009) bagi perusahaan lain untuk memasuki industri yang bersangkutan (Lubis et al., 2017). *Barrier to entry* yang diterapkan oleh pelaku dengan posisi dominan dapat menyebabkan menurunnya keinginan (*likelihood*), lingkup (*scope*), maupun kecepatan (*speed*) dari pendatang baru (Widiyanto, 2006). Tentunya tindakan tersebut dapat merugikan pelaku usaha lainnya karena dapat memicu penguasaan secara dominan dalam pasar.

Dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi harus dilakukan berdasarkan prinsip persaingan usaha yang sehat. Terjadinya persaingan usaha yang dilarang, baik dalam bentuk perjanjian, kegiatan, maupun keadaan pelaku usaha yang dominan yang dapat merugikan pelaku usaha lain dan lebih lanjut merugikan konsumen, misalnya dalam bentuk pilihan barang atau jasa yang terbatas sehingga konsekuensi lebih lanjutnya adalah harga yang cenderung lebih mahal dibandingkan permintaan pasar.

Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, monopoli merupakan penguasaan atas produksi maupun pemasaran barang dan/atau jasa atau penggunaan jasa tertentu oleh suatu pelaku usaha atau suatu kelompok usaha. Praktik monopoli tentunya dapat menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat dan dapat pula merugikan kepentingan umum.

Objek dalam penelitian ini akan melihat potensi terjadinya perilaku persaingan usaha tidak sehat dalam *e-commerce*, sebagai salah satu contohnya terjadi pada kasus jasa ekspedisi di marketplace S (inisial

salah satu marketplace). Menyediakan jasa ekspedisi tersendiri yaitu S Express dimana pelanggan tidak mengetahui perbandingan tarif dengan jasa ekspedisi lainnya. Terkait jasa ekspedisi tersebut S mengatur sistemnya sehingga membuat pelanggan tidak bisa memilih jasa ekspedisi lain karena seringkali dengan acak sistem marketplace tersebut menentukan secara otomatis jasa kirim apa yang akan menjadi agen *delivery* barang yang dipesan pelanggan, yaitu S Express. Sering kali pembeli tidak sadar akan hal tersebut dan baru menyadarinya setelah proses pembayaran atau bahkan pada proses *checkout* barang. Hal tersebut juga kerap kali merugikan penjual karena biasanya penjual sudah memiliki agen jasa ekspedisinya tersendiri.

Kondisi tersebut menimbulkan dugaan masyarakat soal adanya praktik *barrier to entry* yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan posisi dominan. Padahal dalam Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan menetapkan syarat-syarat yang dapat mencegah atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan/atau jasa yang bersaing baik dari segi harga maupun kualitas.

Ditinjau dari konsep negara kesejahteraan, suatu negara sangat penting dibangun dan berkembang berdasarkan kebijakan yang mengedepankan kesejahteraan rakyat, sebagaimana Indonesia berdasarkan UUD 1945 didasarkan pada kesejahteraan berlandaskan demokrasi ekonomi. Mengingat perkembangan e-commerce yang sedemikian marak berkembang, potensi persaingan usaha tidak sehat menjadi sangat rawan terjadi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami bagaimana sistem maupun dampak penetapan atau penunjukan secara sepihak jasa ekspedisi dalam aktivitas perdagangan online yang berakibat terjadinya *barrier to entry* jika dilihat dari perspektif hukum persaingan usaha”.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian hukum normatif yang menitikberatkan pada kepustakaan dan mengkaji studi dokumen dengan menggunakan berbagai data sekunder. Metode ini dikonsepsikan dengan apa yang tertulis di dalam peraturan perundang-undangan atau hukum sebagai norma dan kaidah (Jonaedi Efendi et al., 2018). Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan peraturan perundang-undangan yang dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan atau regulasi terkait dengan isu hukum yang ditangani Marzuki, (2017), yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini meliputi bahan hukum primer yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan wawancara dengan narasumber dari Kantor Wilayah III KPPU, serta bahan hukum sekunder yang didapatkan dari buku, doktrin, artikel ilmiah, dan literatur lainnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik studi kepustakaan sebagai serangkaian kegiatan pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, serta mengolah bahan penelitian. Studi kepustakaan juga dapat mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Sugiyono, 2020). Metode analisis data yang digunakan berupa metode kualitatif dimana lebih mengutamakan pengamatan fenomena dan menghasilkan data yang bersifat deskriptif analisis.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Penunjukan secara sepihak jasa ekspedisi dalam aktivitas perdagangan online yang berakibat terjadinya *barrier to entry***

Perkembangan teknologi informasi yang pesat saat ini telah banyak dimanfaatkan untuk mendorong aktivitas ekonomi, seperti contohnya adalah penggunaan internet yang kian meningkat dan pada faktanya sangat mempengaruhi perilaku bisnis. Fenomena tersebut dapat dilihat dari bertumbuhnya angka perdagangan elektronik (*electronic commerce*) di dunia. Pertumbuhan perdagangan elektronik tersebut juga terjadi di Indonesia, bahkan pada tahun 2019 nilai pertumbuhannya mencapai angka 78% tertinggi di dunia (Septriana Tangkary, 2019). Perdagangan elektronik menurut Laudon & Laudon (2009) adalah proses membeli dan menjual produk secara elektronik oleh konsumen, dari perusahaan ke perusahaan, menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis (Mahir, 2015). Pemerintah Indonesia

mengakomodir kegiatan perdagangan elektronik tersebut dengan mengundang Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pengaturan tersebut menjadi suatu keharusan mengingat aktivitas perdagangan elektronik melalui *online platform* memiliki beban yang lebih berat karena hampir semua aspek yang berlaku di pasar *offline* juga akan berlaku di pasar *online* (Bob et al., 2021). Perdagangan elektronik atau *electronic commerce* membawa perubahan struktural yang cukup besar dan mempengaruhi organisasi perusahaan, perilaku konsumen, perekonomian, dan seluruh aspek kehidupan manusia dalam skala global (Purnastuti, 2004). Hal ini menunjukkan bahwa perdagangan elektronik pun tidak akan lepas dari aspek hukum persaingan usaha.

Dalam ranah persaingan usaha dikenal adanya persaingan dan mekanisme dalam pasar yang dapat menciptakan beberapa bentuk pasar. Perdagangan elektronik memang pada dasarnya mampu menciptakan pasar persaingan sempurna, dimana terdapat banyak penjual dan pembeli dengan produk yang sama sehingga menciptakan pasar yang kompetitif (Hotana, 2018). Pasar persaingan sempurna (*perfect competition market*) merupakan struktur pasar yang paling ideal karena akan mewujudkan kegiatan produksi barang dan/atau jasa yang berefisiensi tinggi (Rokan & SHI, 2013). Dalam pasar persaingan sempurna harus tercipta pasar yang bebas hambatan (*barrier to entry*) bagi setiap penjual atau pelaku usaha untuk masuk dan keluar dari pasar (*free entry or exit*) serta pasar yang bebas informasi, dimana baik pelaku usaha maupun pembeli dapat semudah-mudahnya mengakses informasi (Rokan & SHI, 2013). Namun demikian, pada praktik perdagangan online tidak jarang pelaku usaha dengan posisi yang dominan justru melahirkan pasar monopoli dimana terjadi *barrier to entry* terhadap pelaku usaha lain untuk masuk ke dalam pasar. Permasalahan tersebut ternyata tidak hanya terjadi dalam hal produksi barang saja, tetapi juga terjadi pada sektor jasa ekspedisi dalam perdagangan online yang dilakukan di *electronic commerce* (e-commerce).

*Barrier to entry* yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan posisi dominan akan berpotensi menyebabkan terjadinya perilaku persaingan usaha tidak sehat dalam aktivitas perdagangan di *e-commerce*. Shepherd (1991) mengartikan *barrier to entry* sebagai rintangan yang mempersulit pendatang baru untuk memasuki pasar yang telah ada (Widiyanto, 2006). Pada dasarnya posisi dominan dapat diraih oleh pelaku usaha melalui inovasi dan efisiensi yang berdampak positif bagi konsumen. Namun kemampuan untuk menguasai atau mempertahankan posisi pada pasar bersangkutan juga dapat diraih melalui persaingan usaha yang tidak sehat yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen, kompetitor, bahkan kesejahteraan umum (Pertiwi & Burhan, 2023).

Praktik di lapangan menunjukkan adanya indikasi *e-commerce* yang menerapkan penunjukan secara sepihak terhadap jasa ekspedisi dalam aktivitas perdagangan online yang dijalankannya, salah satunya adalah marketplace S. Marketplace S menyediakan jasa ekspedisi tersendiri yaitu S Express dimana pelanggan tidak mengetahui perbandingan tarif dengan jasa ekspedisi lainnya. Disisi lain, S mengatur sistemnya sehingga membuat pelanggan seringkali tidak bisa memilih jasa ekspedisi lain karena sistem marketplace tersebut menentukan secara otomatis jasa kirim apa yang akan menjadi agen *delivery* barang yang dipesan pelanggan, yaitu S Express. Kebanyakan pembeli tidak sadar akan hal tersebut dan baru menyadarinya setelah proses pembayaran atau proses *check out*. Penetapan atau penunjukan secara sepihak tersebut juga kerap kali merugikan penjual karena biasanya penjual sudah memiliki agen jasa ekspedisinya tersendiri.

*Electronic commerce* lazimnya merupakan platform berbentuk layanan *multibusiness* atau multiproduk. Layanan *multibusiness* atau multiproduk tergabung dalam satu lini usaha atas dasar faktor kepemilikan. Ketika platform melakukan ekspansi usaha maka platform tersebut tidak akan memisahkan antara platform dengan jasa yang satu dengan platform dengan jasa yang lain, melainkan lini usaha yang menjadi pendukungnya akan senantiasa dikembangkan. Hal tersebut juga terjadi pada platform *e-commerce* S dimana ia tidak memisahkan antara platform S dengan S Express ketika melakukan ekspansi usahanya. Pada praktiknya, dalam platform e-commerce memang jasa yang paling mudah untuk dikembangkan adalah jasa ekspedisi karena platform tersebut sudah melihat atau mencontoh perilaku mitra kerjasamanya yang sebelumnya telah melakukan kerjasama dengan platform tersebut. Biasanya

platform dengan posisi yang dominan akan mengadaptasi konsep mulai dari jangka waktu, cara kerja, hingga proses bisnis. Pada dasarnya praktik tersebut bukanlah suatu hal yang dilarang, tetapi ketika praktik tersebut disalahgunakan sehingga memunculkan kerugian, baik bagi mitra, seller, maupun konsumen maka hal tersebutlah yang menjadi ilegal. Tentunya permasalahan ini akan berkaitan erat dengan masalah integrasi vertikal dalam dunia usaha.

Integrasi vertikal merupakan salah satu bentuk penguasaan pasar yang dilakukan dengan cara menguasai sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi dan menguasai jalur usaha dari hulu sampai ke hilir dengan tujuan menutup peluang pelaku usaha lain untuk memasuki bidang usaha tersebut (Rizka, 2022). Jika merujuk pada Pedoman Larangan Integrasi Vertikal dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha, integrasi vertikal adalah suatu perjanjian yang terjadi antara beberapa pelaku usaha yang berada pada tahapan produksi/operasi dan/atau distribusi yang berbeda namun saling terkait (Wirandini, 2021). Adapun pengaturan mengenai integrasi vertikal berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tercantum dalam Pasal 14 yang pada intinya menyatakan pelaku usaha dilarang untuk membuat suatu perjanjian dengan pelaku usaha lain dengan tujuan untuk menguasai produk yang merupakan rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu dimana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidak langsung, yang dapat menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat. Lebih lanjut dalam penjelasan pasal tersebut dijelaskan bahwa meskipun praktik integrasi vertikal ini dapat menghasilkan barang atau jasa yang lebih murah, tetapi praktik ini dapat menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat yang merusak sendi-sendi perekonomian masyarakat sehingga praktik ini dilarang jika terbukti menyebabkan persaingan usaha tidak sehat atau merugikan Masyarakat (Rombot, 2020).

Tujuan dari integrasi vertikal pada umumnya adalah untuk mencapai harga yang bersaing dari produk atau jasa yang dipasarkan sehingga menghasilkan aktivitas usaha yang efisien. Namun adapun tujuan lainnya yang biasa dijadikan landasan untuk memberlakukan integrasi vertikal adalah untuk mengurangi *double marginalization*, atau secara sederhana dengan meniadakan biaya yang tidak perlu yang sebenarnya dapat dihindari (Prasetyowati et al., 2017). Disamping itu, tentunya praktik integrasi vertikal juga memiliki kekurangan seperti *reducing rival cost*, hilang pilihan, atau bahkan *cost* yang naik. Pada e-commerce yang melakukan penunjukan secara sepihak kekurangan tersebut seringkali tidak dapat dihindari. Adapun terkait indikasi praktik *barrier to entry* yang dilakukan oleh platform tersebut secara umum dapat merugikan mitra kerjasamanya yang dalam kasus ini adalah jasa ekspedisi. Praktik *barrier to entry* biasanya dilakukan oleh pelaku usaha dengan posisi dominan untuk menghambat masuk kompetitornya dalam melakukan kegiatan usaha yang sama. Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk:

- a. Menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan/atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas; atau
  - b. Membatasi pasar dan pengembangan teknologi; atau
  - c. Menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar bersangkutan.
- Jika praktik *barrier to entry* yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan posisi dominan ini terus dilakukan maka akan menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat yang tentunya dapat merugikan masyarakat dan meniadakan persaingan.

Penunjukan jasa ekspedisi dalam platform e-commerce perlu juga diamati dari segi algoritma. Dalam otoritas persaingan, jika arah dari algoritma tersebut menjadikan jasa ekspedisi yang ditunjuk tersebut sebagai pilihan pertama maka hal tersebut bukanlah suatu masalah, yang menjadi permasalahan adalah saat jasa ekspedisi tersebut menjadi satu satunya kemudian konsumen tidak memiliki hak untuk memilih jasa ekspedisi yang akan digunakannya. Indikasi persaingan usaha yang tidak sehat juga dapat dicermati dengan melakukan penyelidikan terhadap toko yang tidak terkolerasi dengan platform apakah dalam menjalankan kegiatan usahanya terdapat paksaan dari platform dengan pemegang posisi dominan atau tidak. Ketika *seller* dan konsumen merasa lebih diuntungkan saat menggunakan jasa ekspedisi yang

telah ditunjuk tersebut dan tidak ada keberatan maka hal tersebut juga bukanlah menjadi suatu masalah.

Pasar bersangkutan bisa memiliki beragam bentuk maka perlu dua sudut pandang yang harus KPPU lihat dalam menangani masalah ini. KPPU harus mencari tau sudut pandang *seller* maupun konsumen. Dari sudut pandang *seller* perlu dicari tau apakah penunjukan secara sepihak ini memunculkan perilaku dari platform yang menyebabkan biaya naik atau membuat keuntungan berkurang. Kemudian dari sudut pandang konsumen perlu dicari tau apakah ada penambahan biaya yang merugikan atau tidak. Adapun terkait dampak yang ditimbulkan dari pelayanan jasa ekspedisi yang kurang baik merupakan hal lain yang berbeda. Selain itu, terkait praktik *barrier to entry* yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan posisi dominan, KPPU perlu melakukan pendekatan *rule of reason* untuk menilai apakah terjadi pelanggaran terhadap undang-undang persaingan usaha atau tidak dengan melihat dampak atau kerugian yang ditimbulkan. Jika memang terjadi pelanggaran maka perlu dilakukan penyelidikan yang lebih lanjut.

### **Dampak Penunjukan Secara Sepihak Pada Kegiatan Jasa Ekspedisi Bagi Pelaku Usaha Pesaing**

Pada prinsipnya pengaturan mengenai persaingan usaha bukan hanya ditujukan untuk menghindari kekuatan pasar saja, tetapi juga untuk menghindari penyalahgunaan posisi dominan (Prasetyowati et al., 2017). Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang dimaksud pelaku usaha dengan posisi dominan adalah keadaan dimana pelaku usaha tidak memiliki pesaing yang berarti atau pelaku usaha tersebut memiliki posisi tertinggi di pasar bersangkutan. Salah satu karakteristik pelaku usaha dengan posisi dominan adalah berperilaku independen dari para pesaingnya dimana dengan perilaku tersebut perusahaan dapat meniru perilaku monopoli yang berpotensi mengancam berkurangnya kesejahteraan (Fahamsyah, 2021). Dalam sudut pandang normatif, menjadi pelaku usaha dengan posisi dominan bukanlah hal yang ilegal, karena pada prinsipnya bisa saja posisi dominan tersebut didapatkan melalui persaingan yang sah. Hal yang dilarang dalam konteks hukum persaingan usaha adalah penyalahgunaan posisi dominan tersebut sehingga menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat. Pelaku usaha dengan posisi dominan yang memiliki kekuatan pasar tersebut dalam prakteknya bisa mengendalikan pasar, seperti menetapkan harga, mengurangi tingkat kualitas produk, mengurangi inovasi, bahkan menghambat masuk pesaingnya.

Hambatan masuk atau *barrier to entry* nampaknya sering dilakukan oleh para pelaku usaha dengan posisi dominan salah satunya pada praktik perdagangan elektronik. Penunjukan secara sepihak terhadap jasa ekspedisi dalam aktivitas perdagangan elektronik menunjukkan adanya indikasi praktik *barrier to entry* yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan posisi dominan sehingga dapat menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat. Dalam doktrin ilmu hukum persaingan usaha, penyalahgunaan posisi dominan dapat berupa penyalahgunaan yang bersifat eksploitatif (*exploitative abusive*) dengan cara menetapkan harga yang tidak wajar (*unfair*) atau berlebihan (*excessive pricing*) yang secara jelas dibebankan konsumen dan juga penyalahgunaan posisi dominan yang bersifat penyingkiran (*exclusionary abusive*) dengan cara menyingkirkan existing competitor maupun new entrance (Fahamsyah, 2021).

*Exclusionary abusive* sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan dapat menyingkirkan pesaing termasuk juga dalam sektor jasa ekspedisi pada perdagangan elektronik. Hal tersebut bisa berdampak buruk bagi para pelaku usaha pesaing karena seolah tidak ada ruang bagi mereka untuk ikut bersaing atau masuk ke pasar yang bersangkutan. Selain itu, penyalahgunaan posisi dominan juga dapat menyebabkan iklim ekonomi yang tidak baik. Dampak lainnya yang bisa ditimbulkan dari penyalahgunaan posisi dominan, diantaranya (Fahamsyah, 2021) :

1. Konsumen (Excessive Pricing, Berkurangnya Pilihan), konsumen akan kekurangan pilihan dalam menentukan jasa mana yang akan ia pakai karena pada praktiknya hanya ada pelaku usaha dengan posisi dominan saja yang tersedia;
2. Pesaing (keluar dari pasar/industri), pesaing bisa saja tidak dapat lagi bersaing di pasar bersangkutan akibat penjualannya/penggunaan jasanya yang menurun drastis;
3. Pesaing potensial (entry barrier), pesaing potensial dapat mengalami halangan masuk terhadap industri bersangkutan.

Pada dasarnya praktik barrier to entry yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan posisi dominan tersebut dapat menghilangkan persaingan dan juga hilangnya efisiensi ekonomi, baik bagi produsen maupun konsumen. Efisien berarti dengan harga input tertentu bisa menghasilkan output yang setinggi-tingginya atau dengan input seminim mungkin akan menghasilkan output yang sudah distandar. Adapun dampak lainnya yang dapat terjadi diantaranya:

1. Inefisiensi alokasi sumber daya yang mengacu pada situasi dimana distribusi sumber daya alternatif tidak sesuai dengan selera konsumen;
2. Inefisiensi produksi dimana terjadi pemborosan karena realisasi biaya yang dikeluarkan lebih besar daripada yang dianggarkan;
3. Kondisi perekonomian negara menjadi tidak kondusif dan tidak kompetitif;
4. Menghambat inovasi dan penemuan teknologi baru; dan

Menghambat masuknya investasi. Di sektor yang sering pelanggaran persaingan usaha akan sulit dilakukan investasi padahal modal dari pelaku usaha memiliki efek domino yang banyak. UMKM dan roda perekonomian akan menjadi hidup

### **KESIMPULAN**

Penunjukan jasa ekspedisi secara sepihak dalam praktik perdagangan elektronik biasanya menggunakan konsep Integrasi vertikal yang merupakan salah satu bentuk penguasaan pasar dengan tujuan menutup peluang pelaku usaha lain untuk memasuki pasar bersangkutan. Pada dasarnya praktik ini dapat menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat yang merusak sendi-sendi perekonomian masyarakat. Namun perlu diselidiki lebih lanjut, baik dari sudut pandang seller maupun konsumen. Selain itu, terkait praktik barrier to entry yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan posisi dominan, KPPU perlu melakukan pendekatan rule of reason untuk membuktikan adanya pelanggaran persaingan usaha. Hambatan masuk atau barrier to entry yang dilakukan oleh para pelaku usaha dengan posisi dominan salah satunya pada praktik perdagangan elektronik berupa penunjukan jasa ekspedisi secara sepihak membawa dampak yang berpengaruh pada pelaku usaha pesaing dan iklim persaingan usaha. Bentuk penyalahgunaan posisi dominan yang bersifat penyingkiran (exclusionary abusive) dengan cara menyingkirkan existing competitor maupun new entrance dapat menyebabkan berkurangnya pilihan, mengurangi persaingan, dan halangan bagi pesaing potensial untuk memasuki pasar bersangkutan.

### **BIBLIOGRAPHY**

- Bob, F., Muhamad, D. J., & Marwondo, M. (2021). *Buku Referensi Manajemen Ritel Di Era Pemasaran Online*. Unibi Press.
- Fahamsyah, E. (2021). *Dua Dekade Penegakan Hukum Persaingan: Perdebatan Dan Isu Yang Belum terselesaikan*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha), Hal, 535.
- Hotana, M. S. (2018). *Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha*. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 1(1), 28–38.
- Jaspiandi, J., Aminuyati, A., & Parijo, P. (2017). *Upaya Masyarakat Mencari Tambahan Pendapatan Guna Memenuhi Kebutuhan Hidup*. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (Jppk)*, 6(11).
- Jonaedi Efendi, S. H. I., Johnny Ibrahim, S. H., & Se, M. M. (2018). *Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris*. Prenada Media.
- Kismono, G. (2012). *Bisnis Pengantar*.
- Lubis, A. F. (2009). *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Konteks*.
- Lubis, A. F., Anggraini, A. M. T., Kurnia, K., Toha, B., Hawin, M., Sirait, N. N., Prananingtyas, P., Maarif, S., & Silalahi, U. (2017). *Hukum Persaingan Usaha: Buku Teks*.
- Mahir, P. (2015). *Klasifikasi Jenis-Jenis E-Commerce Di Indonesia*. *Neo-Bis*, 9, 36.
- Marzuki, M. (2017). *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Nugroho, R. A., & Yuniarlin, P. (2021). *Pelaksanaan Jual Beli Secara Online Berdasarkan Perspektif Hukum Perdata*. *Media Of Law And Sharia*, 2(2), 190–206.
- Pertiwi, N., & Burhan, A. A. (2023). *Efektifitas Penerapan Program Kepatuhan Persaingan Usaha Dalam Pencegahan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. *Jurnal Studia Legalia*, 4(01), 72–87.
- Prasetyowati, H., Prananingtyas, P., & Saptono, H. (2017). *Analisa Yuridis Larangan Perjanjian Integrasi*

- Vertikal Sebagai Upaya Pencegahan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Diponegoro Law Journal*, 6(2), 1–12.
- Purnastuti, L. (2004). Perdagangan Elektronik: Suatu Bentuk Pasar Baru Yang Menjanjikan? *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1).
- Rizka, R. (2022). Tinjauan Yuridis Integrasi Vertikal Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha (Studi Putusan Kppu: 13/Kppu-I/2019). Universitas Hasanuddin.
- Rokan, M. K., & Shi, M. H. I. (2013). *Bisnis Ala Nabi: Teladan Rasulullah Saw. Dalam Berbisnis*. Benteng Pustaka.
- Rombot, R. J. T. (2020). Peranan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam Menyelesaikan Sengketa Usaha Perdagangan Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Lex Privatum*, 8(4).
- Rosyidi, S. (2019). Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro.
- Samsul, S. (2019). Analisis Pemanfaatan Harta Dalam Konsumsi Masyarakat Ekonomi Konvensional Dan Ekonomi Islam. *Al-Azhar Journal Of Islamic Economics*, 1(2), 110–130.
- Septriana Tangkary. (2019). Kemkominfo: Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Capai 78 Persen. Kominfo. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media)
- Subekti, R., & Tjitrosudibio, R. (2001). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: Pt. Pradnya Paramita.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mix Methods)*(Di Sutopo (Ed.). Alfabeta, Cv.
- Widiyanto, I. (2006). Entry Barrier Antara Persaingan Potensial Dan Aktual. *Jurnal Bisnis Strategi*, 15(2), 11–20.
- Wirandini, A. A. (2021). Tinjauan Hukum Terhadap Kegiatan Monopoli Usaha Akibat Indikasi Perjanjian Integrasi Vertikal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Putusan Kppu Nomor 13/Kppu-I/2019). Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.



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