

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penegakan hukum merupakan upaya yang secara sengaja dilakukan untuk mewujudkan cita-cita hukum dalam rangka menciptakan keadilan dan kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara sesuai dengan tujuan pembangunan nasional Indonesia yaitu untuk mencapai suatu keadaan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur secara merata baik materiil maupun spiritual yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI Tahun 1945). Indonesia sebagai Negara hukum telah menjamin segala warga negaranya bersamaan kedudukannya di dalam hukum dan pemerintahan dan wajib menjunjung hukum dan pemerintahan itu dengan tidak ada kecualinya.

Negara Republik Indonesia adalah negara hukum berdasarkan Pancasila dan UUD NRI Tahun 1945 yang menjunjung tinggi Hak Asasi Manusia (HAM) serta yang menjamin segala hak warga yang sama kedudukannya di dalam hukum dan pemerintahan dengan tidak ada kecualinya. Hal ini dipertegas dalam Pasal 1 ayat (2) UUD NRI Tahun 1945 yang berbunyi: "Kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar". Peranan setiap warga negara sangat berpengaruh dan diperlukan dalam penegakan hukum. Negara hukum mempunyai sifat di mana alat perlengkapannya hanya dapat bertindak

menurut dan terikat pada aturan-aturan yang telah ditentukan lebih dulu, oleh alat-alat perlengkapan yang dikuasakan untuk mengadakan aturan itu.¹

Kehadiran hukum dalam masyarakat dapat dilihat dari macam-macam sudut. Profesional hukum, seperti hakim, jaksa, advokat dan para yuris yang bekerja di pemerintahan, akan melihat dan mengartikan hukum sebagai suatu bangunan perundang-undangan. Hukum tampil dan ditemukan dalam wujud perundang-undangan.²

Perkembangan dunia digital yang sangat pesat telah membuka jaringan yang lebih luas guna terbentuknya perekonomian global, hal ini mendorong munculnya berbagai transaksi bisnis yang banyak melibatkan pelaku usaha dalam menjual barang dan/atau jasa berbasis teknologi. Transaksi yang dilakukan menggunakan media perangkat digital biasanya disebut sebagai *electronic commerce (e-commerce)*. Aktivitas ini mempertemukan produsen dengan konsumen secara tidak langsung yakni menggunakan media perantara berupa perangkat elektronik yang menimbulkan suatu kesepakatan yang diakhiri dengan transaksi secara online.³ Setiap kegiatan usaha pasti memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya atas suatu barang ataupun jasa yang disediakan. Penjualan produk melalui *e-commerce* dianggap lebih praktis

¹ Tito Eliandi, 2018, *Praperadilan Dalam Hukum Indonesia*, Jakarta, Ghalia Indonesia, h. 13.

² Satjipto Rahardjo, 2017, *Biarkan Hukum Mengalir*, Jakarta, Kompas, h. 1

³ Sjahdeini, Sutan Remy, *E-commerce Tinjauan Dari Perspektif Hukum*, Jurnal Hukum Bisnis 6, No. 6, 2018, h.14.

jika dibandingkan dengan cara yang konvensional, serta dapat membuat produsen dan konsumen tetap berhubungan walaupun berada di wilayah yang berbeda.⁴

Perkembangan teknologi digital saat ini tidak bisa dihindari lagi dan telah berpengaruh terhadap berbagai aspek hukum di dunia termasuk Negara Indonesia. Pengaruh perkembangan teknologi tersebut juga melekat pada kegiatan perekonomian atau lebih sering disebut sebagai era ekonomi digital.⁵ Digitalisasi yang telah merasuki dunia bisnis tentunya tidak lepas pula pengaruhnya terhadap adanya praktek persaingan usaha tidak sehat.⁶ Kemajuan teknologi terutama bisnis online di Indonesia berkembang pesat, hal ini tentu menunjukkan jika pemakaian di bidang teknologi informasi mulai diakui eksistensinya. Perkembangan internet dan adanya perubahan perilaku konsumen di Indonesia merupakan dampak dari merebaknya usaha online atau e-commerce.

Electronic Commerce atau disingkat dengan *e-commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, *service provider*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer, yaitu internet.⁷ Lebih spesifik, menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif, e-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis

⁴ Basri, Effendi, ***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 Vol.4 No.1, 2020.

⁵ Soesi Idayanti, dkk, ***Pembangunan Hukum Bisnis Dalam Perspektif Pancasila Pada Era Revolusi Industri 4.0***, Jurnal Jurisprudence, Volume 9 Nomor 1, 2019, h. 91

⁶ *Ibid.*

⁷ Sutan Remy Shaydeini, ***E-Commerce Tinjauan Dari Perspektif Hukum***, Majalah Hukum Bisnis Vol.12, 2001, h.16

yang menggabungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik serta perdagangan barang pelayanan, serta informasi yang dilakukan secara elektronik.⁸ Adapun secara sederhana, ecommerce kemudian dapat dipahami sebagai sebuah transaksi perdagangan atau jual beli yang dilakukan secara online dengan menggunakan jaringan internet.

Menurut S. Remy Sjahdeini, *electronic commerce* merupakan kegiatan yang berhubungan dengan konsumen, penyedia layanan, manufaktur serta pedagang yang perantaranya memakai jaringan komputer (internet).⁹ Implementasi media internet ialah contoh kemajuan di bidang teknologi yang dimana dapat mendukung semua aspek spektrum aksi komersial. Di dalam *electronic commerce* ada beberapa unsur yakni dilaksanakan dengan media elektronik, tidak adanya kehadiran fisik, kontrak bisnis, kontrak yang sudah lepas dari sekat yuridiksi bangsa, memiliki nilai ekonomis dan kontrak yang dilakukan di dalam jaringan publik.¹⁰

Munculnya model bisnis dengan metode transaksi baru, akan menimbulkan persaingan usaha model baru yang secara kompleks akan memperhadapkan antara industri berbasis digital dengan industri konvensional. Persaingan antar para pelaku usaha seharusnya

⁸ Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2010, h. 20

⁹ *Op. Cit.*, h.16.

¹⁰ Hotana, Melisa Setiawan, *Industri E-commerce Dalam Menciptakan Pasar yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha*, Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune 1, No. 1, 2018 h.33.

memberikan dampak dan manfaat yang baik bagi pertumbuhan ekonomi dan adanya pilihan bagi konsumen untuk menentukan produk yang mereka inginkan. Tetapi, jika persaingan yang tumbuh memberikan dampak yang menghambat eksistensi model bisnis yang berbeda tentu akan menjadikan persaingan tidak terkontrol dengan baik. Hal ini juga diakibatkan belum adanya regulasi terkait persaingan usaha dalam bisnis digital.

Tingginya nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia, selain memberikan surplus ekonomi yang sangat tinggi dan mempercepat transformasi ekonomi digital tanah air, juga menimbulkan beberapa potensi masalah yang perlu diantisipasi serta ditangani dengan baik. Banyaknya jumlah pelaku usaha yang turut bekerja dalam sistem *e-commerce* menyebabkan persaingan usaha menjadi semakin ketat dan kompetitif. Persaingan yang terjadi secara sehat berimplikasi positif karena menuntut pelaku usaha untuk mampu berinovasi, mengembangkan kualitas produk, layanan, promosi, serta metode pemasaran yang menarik minat konsumen.

Akan tetapi, persaingan usaha dalam skema *e-commerce* yang cenderung bebas dan sulit dibatasi telah berkembang pada beberapa kondisi yang tidak sehat. Praktek-praktek persaingan tidak sehat (*unfair competition*) yang terjadi diantaranya adalah praktek monopoli persaingan, diskriminasi, eksploitasi dari platform ke supplier atau antar platform,

perjanjian eksklusif, predatory pricing, penyalahgunaan posisi dominan, serta berbagai bentuk praktek persaingan yang tidak sehat lainnya.¹¹

Disahkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Antimonopoli dan Praktik Usaha Tidak Sehat serta pembentukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai Otoritas Antimonopoli Indonesia menandai upaya keras pemerintah Indonesia untuk melakukan reformasi struktural menuju persaingan usaha di Indonesia.¹² Hingga saat ini, pemerintah melalui KPPU masih melakukan konsolidasi terus menerus untuk menetapkan pedoman persaingan usaha dan telah memulai upaya untuk memeriksa pengaduan masyarakat tentang hal ini.¹³ Hal ini adalah awal yang baik untuk regulasi hukum persaingan Indonesia di masa depan.

Ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU Nomor 5 Tahun 1999) sejatinya sudah cukup baik dalam mengatur ketentuan hukum persaingan usaha di Indonesia, akan tetapi peraturan tersebut cenderung masih berdimensi perdagangan fisik. Dalam hal ini, UU Nomor 5 Tahun 1999 belumlah memiliki pengaturan yang spesifik terkait *e-commerce*. Lebih lanjut, selain menghadapi potensi terjadinya praktek anti persaingan,

¹¹ Fitri, F., & Lesmana, S. J, ***Indikasi Predatory Pricing Pada Praktek Flash Sale Pelaku Usaha E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha***. *Supremasi Hukum*, 17(02), 2021, h. 48–53.

¹² Rombot, R. J. T, ***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, 2020.

¹³ Maheswari, A. A, ***Batasan, Wewenang dan Keterlibatan KPPU Dalam Kasus Persekongkolan Tender Menurut Hukum Persaingan Usaha***. *Jurist-Diction*, 3 (5), 2020.

penegakan hukum persaingan usaha pada bidang e-commerce juga masih menghadapi tantangan lainnya seperti berkenaan dengan isu belum diadopsinya prinsip ekstrateritorialitas dalam UU Nomor 5 Tahun 2019. Sehubungan dengan hal-hal tersebut, penulis kemudian tertarik untuk mencoba mengkaji lebih lanjut mengenai tantangan dan penegakan hukum persaingan usaha pada bidang e-commerce di Indonesia.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau yang biasa dikenal KPPU merupakan lembaga penegak hukum pada aspek persaingan usaha dan KPPU merupakan pengawas penerapan terhadap Undang-Undang Persaingan Usaha. Pada sistem ketatanegaraan di Indonesia, KPPU memiliki tanggung jawab lain dalam persaingan usaha selain menciptakan ketertiban juga menciptakan lingkungan persaingan usaha yang mendukung atau kondusif. Hal ini juga menjadikan KPPU sebagai sebuah lembaga independen yang tidak terpengaruh terhadap kekuasaan apapun, dan statusnya adalah mengawasi pelaksanaan peraturan perundang-undangan terkait kompetisi usaha yang tak sehat. KPPU diberikan wewenang mengevaluasi serta menindaklanjuti para pengusaha yang menjalankan kompetisi usaha secara tak sehat dan didasari pada Undang-Undang Larangan Monopoli serta Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Disisi lain, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) telah diberikan tugas dan kewenangan oleh Undang-Undang untuk mengawasi, mencegah dan melakukan penegakan hukum dalam praktek persaingan usaha. Pelaksanaan tugas KPPU dalam mengawasi dan menegakkan

hukum tentu akan menimbulkan problematika, ketika ketentuan hukum yang ada belum mengatur secara komprehensif tentang persaingan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha berbasis digital.

Tingginya jumlah dan nilai transaksi ecommerce tentunya turut mendorong semakin bertumbuhnya jumlah pelaku usaha pada sektor bersangkutan. Dengan semakin banyaknya jumlah pelaku usaha maka kondisi persaingan usaha dalam pasar juga menjadi semakin kompetitif. Persaingan antar pelaku usaha di dunia bisnis dan ekonomi sejatinya adalah sebuah keharusan.⁶ Dalam hal ini, adanya persaingan dalam mekanisme pasar akan memacu pelaku usaha berinovasi untuk menghasilkan produk yang bervariasi dengan harga bersaing dan akan dapat menguntungkan produsen maupun konsumen.¹⁴ Akan tetapi perlu diperhatikan bahwa bentuk persaingan usaha tersebut harus dilakukan secara sehat dan wajar sehingga tidak menimbulkan suatu praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat yang justru akan menghambat perekonomian negara.

Berdasarkan latar belakang di atas, menarik bagi penulis untuk mengkaji lebih lanjut tentang pengawasan dan penegakan hukum yang akan dilakukan oleh KPPU menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha Tidak Sehat, terhadap pelaku usaha dan kegiatan usaha model baru seperti

¹⁴ Budi Kagramanto Andi Fahmi Lubis, Anna Maria Tri Anggrain, Kurnia Toha, 2017, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), h. 12

bisnis digital/*e-commerce* yang berpotensi menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dengan bisnis konvensional. Berkaitan dengan hal-hal tersebut di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **PENGAWASAN DAN PENEGAKAN HUKUM TERHADAP BISNIS DIGITAL (*E-COMMERCE*) OLEH KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA (KPPU) BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSINGAN USAHA TIDAK SEHAT.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka merumuskan masalah yang akan dibahas dalam Tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaturan hukum bisnis digital (*E-Commerce*) dalam persaingan sehat di Indonesia ?
2. Bagaimanakah peran KPPU dalam melakukan pengawasan dan penegakan hukum terhadap bisnis digital (*E-Commerce*) ?
3. Bagaimanakah hambatan dan upaya dalam menciptakan persaingan usaha sehat pada bisnis digital (*E-Commerce*) ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian Tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Agar dapat mengetahui, memahami dan menganalisis pengaturan hukum bisnis digital (*E-Commerce*) dalam persaingan sehat di Indonesia.
2. Agar dapat mengetahui, memahami dan menganalisis peran KPPU

dalam melakukan pengawasan dan penegakan hukum terhadap bisnis digital (*E-Commerce*).

3. Agar dapat mengetahui, memahami dan menganalisis hambatan dan upaya dalam menciptakan persaingan usaha sehat pada bisnis digital (*E-Commerce*).

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis
 - a. Penelitian hasil penelitian ini diharapkan dapat diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan ilmu hukum terutama di bidang persaingan usaha tidak sehat.
 - b. Sebagai sumbangan bagi ilmu pengetahuan hukum perdata pada umumnya dan khususnya yang berkaitan mengenai pengawasan dan penegakan hukum terhadap bisnis digital (*E-Commerce*).

2. Manfaat secara praktis.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi penulis sendiri serta pihak yang berkepentingan seperti masyarakat khususnya pelaku usaha, pemerintah dan penegak hukum serta bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi dan menambah sumber ataupun referensi dalam pengembangan hukum berkaitan pengawasan dan penegakan hukum terhadap bisnis digital (*E-Commerce*) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).

E. Kerangka Teori dan Kerangka Konsep

1. Kerangka Teori.

Kerangka teori merupakan landasan dari teori atau dukungan teori dalam membangun atau memperkuat kebenaran dari permasalahan yang dianalisis. Kerangka teori dimaksud adalah kerangka pemikiran atau butir-butir pendapat, teori, tesis, sebagai pegangan baik disetujui atau tidak disetujui.¹⁵

Teori berguna untuk menerangkan atau menjelaskan mengapa gejala spesifik atau proses tertentu terjadi dan satu teori harus diuji dengan menghadapkannya pada fakta-fakta yang dapat menunjukkan ketidakbenarannya. Menurut Soerjono Soekanto, bahwa “kontinuitas perkembangan ilmu hukum, selain bergantung pada metodologi, aktivitas penelitian dan imajinasi sosial sangat ditentukan oleh teori.¹⁶

Snelbecker mendefinisikan teori sebagai perangkat proposisi yang terintegrasi secara sintaksis (yaitu yang mengikuti aturan tertentu yang dapat dihubungkan secara logis satu dengan lainnya dengan tata dasar yang dapat diamati) dan berfungsi sebagai wahana untuk meramalkan dan menjelaskan fenomena yang diamati.¹⁷

Fungsi teori dalam penelitian ini adalah untuk memberikan arahan atau petunjuk dan meramalkan serta menjelaskan gejala yang diamati, dan

¹⁵ M. Solly Lubis, 2014, *Filsafat Ilmu dan Penelitian*, Bandung, Mandar Maju, h. 80

¹⁶ Soerjono Soekanto, 2016, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press, h.6

¹⁷ Lexy J Moleong, 2013, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya, h. 34-35.

dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif, maka kerangka teori diarahkan secara khas ilmu hukum. Maksudnya penelitian ini berusaha untuk memahami mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan jual beli melalui transaksi elektronik.

Teori berfungsi sebagai pisau analisis yang digunakan untuk dijadikan panduan dalam melakukan penelitian, dengan memberikan penilaian terhadap penemuan fakta atau peristiwa hukum yang ada.¹⁸ Berdasarkan uraian mengenai teori hukum tersebut, maka teori hukum yang digunakan dalam penelitian tesis ini adalah Teori Negara Hukum, Teori Penegakan Hukum dan teori Kepastian Hukum serta Teori Persaingan Usaha Sehat.

a. Teori Negara Hukum.

Ide negara hukum menurut gagasan Plato mengandung gambaran suatu bentuk negara ideal. Di mana gambaran negara ideal menurut Plato sungguh berbeda jauh dengan kondisi dan keadaan negara Athena pada zamannya. Pada zaman itu, raja yang berkuasa di Negara Athena merupakan penguasa yang Zalim dan sewenang-wenang.¹⁹

Plato berpandangan, negara sebagai suatu keluarga. Berdasarkan pada pandangannya tersebut, dapat diketahui bahwa dalam pemikiran Plato kekuasaan bukan merupakan unsur esensial suatu negara. Esensi negara sesuai dengan pandangan Plato adalah ikatan hubungan yang

¹⁸ Mukti Fajar ND dan Yulianto, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, h. 150.

¹⁹ Moh. Kusnardi dan Ibrahim, 1998, *Pengantar Tata Hukum Indonesia*, Bandung: Alumni, h. 153

sangat erat dan akrab diantara orang-orang yang hidup bersama. Hal ini kemudian dijadikan indikasi bahwa dalam penggunaan kekuasaan untuk negara sebisa mungkin harus dihindari.²⁰

Tujuan negara hukum adalah, bahwa negara menjadikan hukum sebagai “*supreme*”, setiap penyelenggara negara atau pemerintahan wajib tunduk pada hukum (*subject to the law*). Tidak ada kekuasaan di atas hukum (*above the law*) semuanya ada di bawah hukum (*under the rule of law*). Dengan kedudukan ini tidak boleh ada kekuasaan yang sewenangwenang (*arbitrary power*) atau penyalahgunaan kekuasaan (*abuse of power*).²¹

Esensi suatu negara berkembang sejalan dengan perkembangan peradaban dan kebutuhan manusia. Karena itu, teori dan pemikiran tentang negara pun terus mengalami perkembangan.²² Konsep negara hukum tidak terpisahkan dari pilarnya sendiri yaitu paham kedaulatan hukum. Paham ini adalah ajaran yang mengatakan bahwa kekuasaan tertinggi terletak pada hukum atau tidak ada kekuasaan lain apapun, kecuali hukum semata.²³

Negara hukum pada hakikatnya berakar dari konsep teori kedaulatan hukum yang pada prinsipnya menyatakan bahwa kekuasaan tertinggi di dalam negara adalah hukum. Oleh sebab itu seluruh alat perlengkapan

²⁰ Hotma P Sibuea. 2010, **Asas Negara Hukum, Peraturan Kebijakan & Asas-Asas Umum Pemerintahan yang Baik**, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, h. 12.

²¹ Sumali, 2003, **Reduksi Kekuasaan Eksekutif di Bidang Peraturan Pengganti Undang-undang (Perpu)**, Malang, Universitas Muhammadiyah Malang, h.11

²² Malian Sobirin. 2005, **Gagasan Perlunya Konstitusi Baru Pengganti UUD 1945**, Jakarta: FH Universitas Indonesia, h. 25.

²³ *Ibid*, h, 36-37.

negara termasuk warga negara harus tunduk dan patuh serta menjunjung tinggi hukum. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Krabe sebagai berikut:

Negara sebagai pencipta dan penegak hukum didalam segala kegiatannya harus tunduk pada hukum yang berlaku. Dalam arti ini hukum membawahkan negara. Berdasarkan pengertian hukum itu, maka hukum bersumber dari kesadaran hukum rakyat, maka hukum mempunyai wibawa yang tidak berkaitan dengan seseorang (*impersonal*).²⁴

Berdasarkan pandangan Plato mengenai konsep negara hukum, maka dapat dipahami bahwa timbulnya pemikiran tentang negara hukum merupakan reaksi terhadap kesewenangan-wenangan di masa lampau. Dengan demikian, unsur-unsur negara hukum mempunyai hubungan yang erat dengan sejarah dan perkembangan masyarakat dari suatu bangsa.²⁵ Embrio munculnya gagasan negara hukum yang di kemukakan oleh Plato adalah dengan mengintroduksi konsep nomoi. Dalam konsep nomoi, Plato mengemukakan bahwa penyelenggaraan yang baik ialah yang didasarkan pada pengaturan (hukum) yang baik. Gagasan Plato tentang negara hukum semakin tegas ketika didukung oleh muridnya Aristoteles, yang menuliskan ke dalam bukunya *politica*.²⁶

Aristoteles berpendapat bahwa negara hukum itu timbul dari polis yang mempunyai wilayah negara kecil, seperti kota dan berpenduduk

²⁴ B. Hestu Cipto Handoyo, 2015, *Hukum Tata Negara Indonesia*, Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, h. 17.

²⁵ Ni"matul Huda, 2005, *Negara Hukum, Demokrasi dan Judicial Review*, Yogyakarta: UII Press, h. 1

²⁶ Ridwan H. R. 2006, *Hukum Administrasi Negara*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, h. 2.

sedikit, tidak seperti negara-negara sekarang ini yang mempunyai wilayah luas dan berpenduduk banyak (*vlakke staat*). Sementara itu, Inu Kencana mengemukakan bahwa “konsep negara hukum didasari pada kedaulatan hukum, sehingga setiap penyelenggaraan negara haruslah berdasarkan atas hukum. Dengan kata lain, yang berdaulat dalam suatu negara adalah hukum dan setiap kekuasaan diperoleh melalui hukum”.²⁷

Pemikiran atau konsep manusia tentang negara hukum lahir dan berkembang seiring perkembangan sejarah manusia. Meskipun konsep negara hukum dianggap sebagai konsep universal, namun pada tataran implementasinya sangat dipengaruhi oleh karakteristik negara dan manusianya yang beragam. Konsep negara hukum sangat dipengaruhi oleh karakteristik suatu bangsa, sistem hukum dan juga dipengaruhi falsafah bangsa atau ideologi suatu negara.²⁸ Konsep pemikiran negara hukum yang didasari pada perkembangan sejarah dan ideologi suatu bangsa, kemudian menimbulkan berbagai bentuk negara hukum.

Sebagai contoh, konsep negara hukum menurut nomokrasi Islam, yang konsep negara hukum pada nilai-nilai yang terkandung pada AlQuran dan Al-Sunnah. Nomokrasi Islam adalah negara hukum yang memiliki prinsip-prinsip umum sebagai berikut:

- 1) kekuasaan sebagai amanah,
- 2) musyawarah,
- 3) keadilan,
- 4) persamaan,
- 5) pengakuan

²⁷ Inu kencana Syafi'i, 2010, *Ilmu Pemerintahan*, Bandung, Mandar Maju, h. 100

²⁸ Titik Tri Wulan Tutik, 2010, *Kontruksi Hukum Tata Negara Indonesia Pasca Amandemen UUD 1945*, Jakarta, Prenada Kencana Media Group, h. 52.

- 6) perlindungan setiap hak-hak asasi manusia,
- 7) peradilan bebas,
- 8) perdamaian,
- 9) Kesejahteraan, dan prinsip ketaatan rakyat.²⁹

Negara hukum menurut konsep Eropa Kontinental yang dinamakan *rechtsstaat*. Konsep *rechtsstaat* bertumpu atas sistem Hukum Kontinental yang disebut *civil law* dengan karakteristik *civil law* yang bersifat administrative.³⁰ Sedangkan negara hukum menurut konsep *Anglo Saxon (rule of law)* Konsep *rule of law* berkembang secara *evolusioner*. Konsep *the rule of law* bertumpu atas sistem Hukum yang disebut *common law*. Karakteristik *common law* adalah *judicial*.³¹ Selanjutnya, konsep *socialist legality*, melahirkan suatu konsep yang dianut di negara-negara komunis, yang tampaknya hendak mengimbangi konsep *rule of law* yang dipelopori oleh negara-negara *anglo-saxon*.³²

Adapun konsep negara hukum yang dianut dan diterapkan di negara Indonesia adalah suatu konsep negara hukum yang timbul dari nilai-nilai dan norma-norma serta jiwa bangsa Indonesia, yakni konsep negara hukum Pancasila.³³ Konsep negara hukum Pancasila telah menjadikan Pancasila sebagai sumber hukum utama. Oleh karena itu, pembentukan sistem hukum nasional harus memiliki ciri khas dan karakteristik yang sesuai

²⁹ Tahir Azhary, 2010, **Negara Hukum**, Jakarta: Prenada Kencana Media Group, h. 85-86

³⁰ Ni"matul Huda, 2006, **Hukum Tata Negara Indonesia**, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, h. 74

³¹ *Ibid.*

³² Tahir Azhary, 2010, **Negara Hukum**, Jakarta: Prenada Kencana Media Group, h. 91

³³ Ridwan H. R, 2006, **Hukum Administrasi Negara**, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, h. 2.

dengan nilai-nilai Pancasila yang merupakan falsafah hidup dan nilai kebenaran yang harus diaplikasikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia.³⁴

Eksistensi negara Indonesia sebagai negara hukum, ditegaskan dalam Pasal 1 Ayat (3) UUD NRI Tahun 1945. Dengan dasar yang demikian, maka kedaulatan tertinggi di negara Indonesia bersumber atau berdasarkan pada hukum. Dalam konteks negara Indonesia sebagai negara hukum, sesuai dengan ungkapan *Cicero*, yang menyatakan “*Ubi societas ibi ius*” yang artinya di mana ada masyarakat disitu ada hukum.³⁵

Istilah negara hukum terbentuk dari dua suku kata, yakni kata negara dan hukum,³⁶ yang menunjukkan eksistensi negara dan hukum dalam satu kesatuan. Padanan kata ini menunjukkan bentuk dan sifat yang saling mengisi antara negara di satu pihak dan hukum di pihak lain. Tujuan negara adalah untuk memelihara ketertiban hukum (*rectsorde*). Oleh karena itu, negara membutuhkan hukum dan sebaliknya pula hukum dijalankan dan ditegakkan melalui otoritas negara.

Sebagai konsekuensi dianut konsep negara hukum dalam UUD NRI Tahun 1945, maka setiap tindakan aparaturnya harus dilandasi hukum, dalam hal ini mencakup hukum dasar (UUD NRI Tahun 1945) dan undang-undang sebagai turunannya. Kemudian sebagai bangsa

³⁴ Yopi Gunawan dan Krtistian, 2015, ***Perkembangan Konsep Negara Hukum dan Negara Hukum Pancasila***, Bandung: Refika Aditama, h. 3.

³⁵ Moh. Mahfud, MD, 2011, ***Membangun Politik Hukum, Menegakkan Konstitusi***, Jakarta: Rajawali Pers, h. 12.

³⁶ Majda El Muhtaj, 2005, ***Hak Asasi Manusia dalam Konstitusi Indonesia***, Jakarta, Prenada Kencana Media Group, h. 19.

yang ingin tetap bersatu, bangsa Indonesia telah menetapkan dasar dan ideologi negara, yakni Pancasila yang dipilih sebagai dasar pemersatu dan pengikat yang kemudian melahirkan kaidah-kaidah penuntun dalam kehidupan sosial, politik, dan hukum.³⁷

Konsep negara hukum Pancasila merupakan konsep negara hukum yang dikembangkan dan diterapkan di Indonesia. Dalam konsep negara hukum Indonesia menempatkan Pancasila sebagai sumber dari segala sumber hukum di Indonesia. Hal ini berarti bahwa setiap peraturan perundang-undangan harus sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila.

Premis Indonesia sebagai negara hukum secara tegas dinyatakan dalam rumusan Pasal 1 ayat (3) UUD NRI Tahun 1945, yang berbunyi: "Negara Indonesia negara hukum". Negara hukum dimaksud adalah negara yang menegakkan supremasi hukum untuk menegakkan kebenaran dan keadilan. Dengan kata lain, negara hukum ialah negara yang berdiri di atas hukum yang menjamin keadilan kepada warga negaranya.

Keadilan merupakan syarat utama terciptanya kebahagiaan hidup warga negara dan sebagai dasar dari pada keadilan itu, maka perlu untuk mengajarkan rasa susila kepada setiap manusia agar ia menjadi warga negara yang baik. Demikian pula dengan peraturan hukum yang sebenarnya, peraturan hukum itu hanya ada dan dianggap ada jika peraturan tersebut mencerminkan keadilan bagi pergaulan hidup antar

³⁷ *Ibid.* h. 13.

warga negara.³⁸

Mewujudkan pelaksanaan pemerintahan yang adil, maka dalam setiap negara yang menganut paham negara hukum umumnya berlaku 3 (tiga) prinsip dasar, yakni supremasi hukum (*supremacy of law*), kesetaraan di hadapan hukum (*equality before the law*), dan penegakan hukum dengan cara tidak bertentangan dengan hukum (*due process of law*), dalam rangka mencapai keadilan.

Prinsip penting dalam negara hukum adalah perlindungan yang sama (*equal protection*) atau persamaan dalam hukum (*equality before the law*). Dalam konsep negara hukum, maka hukum memegang kendali tertinggi dalam penyelenggaraan negara. Hal ini sesuai prinsip dari negara hukum, bahwa hukumlah yang memerintah dan bukan orang (*The rule of law, and not of Man*). Hal ini sejalan dengan pengertian *nomocratie*, yaitu kekuasaan itu dijalankan oleh hukum.³⁹

b. Teori Penegakan Hukum Dan Teori Kepastian Hukum

Penegakan hukum merupakan upaya untuk menciptakan tata tertib, keamanan, dan ketentraman dalam masyarakat, baik itu merupakan usaha pencegahan, maupun merupakan pemberantasan atau penindakan setelah terjadinya pelanggaran hukum, dengan lain perkataan, baik secara preventif maupun represif.⁴⁰ Penegakan hukum sebagai suatu proses, pada

³⁸ Moh. Kusnardi dan Ibrahim, 1998, *Pengantar Tata Hukum Indonesia*, Bandung: Alumni, h. 153

³⁹ Tahir Azhary, 2010, *Negara Hukum*, Jakarta, Prenada Kencana Media Group, h. 84

⁴⁰ Redaksi Sinar Grafika, 2014, *KUHAP LENGKAP*, Jakarta, Sinar Grafika, h. 204.

hakekatnya merupakan penerapan diskresi yang menyangkut membuat keputusan yang tidak secara ketat diatur oleh kaidah hukum, akan tetapi mempunyai unsur penilaian pribadi. Secara konseptual inti dari penegakan hukum terletak pada kegiatan menyasikan hubungan nilai-nilai yang terjabarkan di dalam kaidah-kaidah yang mantap dan sikap tindak sebagai rangkaian penjabaran nilai tahap akhir, untuk menciptakan, memelihara dan mempertahankan kedamaian pergaulan hidup. Konsepsi yang mempunyai dasar filosofis tersebut memerlukan penjelasan lebih lanjut sehingga akan tampak lebih kongkrit.⁴¹

Penegakan hukum merupakan proses mewujudkan keinginan hukum menjadi suatu kenyataan dimana keinginan-keinginan tersebut sebagai wujud dari pemikiran badan pembuat peraturan perundang-undangan yang dirumuskan dalam berbagai bentuk peraturan sehingga proses dari penegakan hukum oleh pejabat penegak hukum memiliki hubungan erat dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁴² Penegakan hukum merupakan suatu usaha untuk mewujudkan ide-ide keadilan, kepastian hukum dan kemanfaatan sosial menjadi kenyataan. Jadi penegakan hukum pada hakikatnya adalah proses perwujudan ide-ide. Penegakan hukum adalah proses dilakukannya upaya tegaknya atau berfungsinya norma-norma hukum secara nyata sebagai pedoman pelaku dalam lalu lintas atau hubungan-hubungan hukum dalam kehidupan

⁴¹ Soerjono Soekanto, 1983, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakkan Hukum*, Jakarta, Raja Grafindo, h. 7.

⁴² Satjipto Raharjo, 2004, *Masalah Penegakan Hukum*, Bandung, Sinar Baru, h.24

bermasyarakat dan bernegara.⁴³ Dalam penegakan hukum ada empat aspek dari perlindungan masyarakat yang harus mendapatkan perhatian yaitu :⁴⁴

- 1) Masyarakat memerlukan perlindungan terhadap perbuatan anti sosial yang merugikan dan membahayakan masyarakat;
- 2) Masyarakat memerlukan perlindungan dari terhadap sifat berbahaya pelaku kejahatan;
- 3) Masyarakat memerlukan perlindungan penyalahgunaan sanksi atau reaksi dari penegakan hukum;
- 4) Masyarakat memerlukan perlindungan terhadap keseimbangan dan keselarasan berbagai kepentingan sebagai akibat dari kejahatan”.

Hakikatnya penegakan hukum mewujudkan nilai-nilai atau kaedah-kaedah yang memuat keadilan dan kebenaran, penegakan hukum bukan hanya menjadi tugas dari para penegak hukum yang sudah di kenal secara konvensional, tetapi menjadi tugas dari setiap orang. Meskipun demikian, dalam kaitannya dengan hukum publik pemerintahlah yang bertanggung jawab. Penegakan Hukum dibedakan menjadi 3, yaitu:⁴⁵

1. *Total enforcement*, yakni ruang lingkup penegakan hukum sebagaimana yang dirumuskan oleh hukum pidana substantif (*substantive law of crime*). Penegakan hukum secara total ini tidak mungkin dilakukan sebab para penegak hukum dibatasi secara ketat oleh hukum acara yang antara lain mencakup aturan-aturan penangkapan, penahanan, penggeledahan, penyitaan dan pemeriksaan pendahuluan. Disamping itu mungkin terjadi hukum pidana substantif sendiri memberikan

⁴³ Dellyana Shant, 1988, **Konsep Penegakan Hukum**, Yogyakarta, Liberty, h 32

⁴⁴ Barda Nawawi Arief, 1998, **Aspek Kebijakan Penegakan Dan pengembangan Hukum Pidana**, Bandung: CitraAditya Bakti, h. 13

⁴⁵ Dellyana, Shant. 1988, **Konsep Penegakan Hukum**, Yogyakarta; Liberty, h. 39

batasan-batasan. Misalnya dibutuhkan aduan terlebih dahulu sebagai syarat penuntutan pada delik-delik aduan.

2. *Full enforcement*, setelah ruang lingkup penegakan hukum yang bersifat total tersebut dikurangi *area of no enforcement* dalam penegakan hukum ini para penegak hukum diharapkan penegakan hukum secara maksimal.
3. *Actual enforcement*, menurut Joseph Goldstein *full enforcement* ini dianggap *not a realistic expectation*, sebab adanya Keterbatasan-keterbatasan dalam bentuk waktu, personil, alat-alat investigasi, dana dan sebagainya, yang kesemuanya mengakibatkan keharusan dilakukannya *discretion* dan sisanya inilah yang disebut dengan *actual enforcement*.

Sebagai suatu proses yang bersifat sistemik, maka penegakan hukum menampakkan diri sebagai penerapan hukum (*law application*) yang melibatkan berbagai sub sistem struktural berupa aparat kepolisian, kejaksaan, pengadilan dan pemasyarakatan. Termasuk didalamnya tentu saja lembaga penasehat hukum. Dalam hal ini penerapan hukum haruslah dipandang dari 3 (tiga) dimensi:⁴⁶

- a. Penerapan hukum dipandang sebagai sistem normatif (*normative system*) yaitu penerapan keseluruhan aturan hukum yang menggambarkan nilai-nilai sosial yang didukung oleh sanksi pidana.
- b. Penerapan hukum dipandang sebagai sistem administratif (*administrative system*) yang mencakup interaksi antara pelbagai aparaturnya penegak hukum yang merupakan sub sistem peradilan diatas.
- c. Penerapan hukum merupakan sistem sosial (*social system*), dalam arti bahwa dalam mendefinisikan tindak pidana harus pula diperhitungkan

⁴⁶ *Ibid.* h. 42

pelbagai perspektif pemikiran yang ada dalam lapisan masyarakat.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum:⁴⁷

1) Faktor Hukum

Praktik penyelenggaraan hukum di lapangan ada kalanya terjadi pertentangan antara kepastian hukum dan keadilan, hal ini disebabkan oleh konsepsi keadilan merupakan suatu rumusan yang bersifat abstrak, sedangkan kepastian hukum merupakan suatu prosedur yang telah ditentukan secara normatif.

2) Faktor Penegakan Hukum.

Fungsi hukum, mentalitas atau kepribadian petugas penegak hukum memainkan peranan penting, kalau peraturan sudah baik, tetapi kualitas petugas kurang baik, ada masalah. Oleh karena itu, salah satu kunci keberhasilan dalam penegakan hukum adalah mentalitas atau kepribadian penegak hukum.

3) Faktor Sarana atau Fasilitas Pendukung.

Faktor sarana atau fasilitas pendukung mencakup perangkat lunak dan perangkat keras, salah satu contoh perangkat lunak adalah pendidikan. Pendidikan yang diterima oleh Polisi dewasa ini cenderung pada hal-hal yang praktis konvensional, sehingga dalam banyak hal polisi mengalami hambatan di dalam tujuannya, diantaranya adalah pengetahuan tentang kejahatan computer, dalam tindak pidana khusus yang selama ini masih

⁴⁷ Soekanto, Soerjono, 2004, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo, h. 42.

diberikan wewenang kepada jaksa, hal tersebut karena secara teknis yuridis polisi dianggap belum mampu dan belum siap. Walaupun disadari pula bahwa tugas yang harus diemban oleh polisi begitu luas dan banyak.

4) Faktor Masyarakat.

Penegak hukum berasal dari masyarakat dan bertujuan untuk mencapai kedamaian di dalam masyarakat. Setiap warga masyarakat atau kelompok sedikit banyaknya mempunyai kesadaran hukum, persoalan yang timbul adalah taraf kepatuhan hukum, yaitu kepatuhan hukum yang tinggi, sedang, atau kurang. Adanya derajat kepatuhan hukum masyarakat terhadap hukum, merupakan salah satu indikator berfungsinya hukum yang bersangkutan.

5) Faktor Kebudayaan.

Berdasarkan konsep kebudayaan sehari-hari, orang begitu sering membicarakan soal kebudayaan. Kebudayaan menurut Soerjono Soekanto, mempunyai fungsi yang sangat besar bagi manusia dan masyarakat, yaitu mengatur agar manusia dapat mengerti bagaimana seharusnya bertindak, berbuat, dan menentukan sikapnya kalau mereka berhubungan dengan orang lain. Dengan demikian, kebudayaan adalah suatu garis pokok tentang perikelakuan yang menetapkan peraturan mengenai apa yang harus dilakukan, dan apa yang dilarang.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa penegakan hukum merupakan suatu upaya yang bertujuan untuk melindungi sendi-

sendi kehidupan manusia, mengatur dan mengendalikan ketertiban hidup, sehingga manusia dapat hidup berdampingan dengan manusia lain dalam berbagai interaksi yang harmonis dan damai. Hukum juga merupakan peraturan tertulis yang dirancang dan dibuat oleh pihak yang berwenang yang bersifat memaksa guna mengatur kehidupan yang damai dan adil ditengah masyarakat. Hukum juga dapat dikatakan bahwa hukum berperan sebagai panglima dalam mengawal terlaksananya undangundang maupun peraturan-peraturan yang telah ditetapkan ditengah-tengah masyarakat, sehingga Undang-Undang maupun peraturan yang telah dibuat itu dapat berjalan dengan baik tanpa adanya gejolak yang dapat merusak tatanan hidup di dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.

Menurut Utrecht, kepastian hukum mengandung dua pengertian, yaitu :

- 1) Pertama, adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan.
- 2) Kedua berupa keamanan hukum bagi individu dari kewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibedakan atau dilakukan oleh Negara terhadap individu.⁴⁸

Menurut Sudikno Mertokusumo kepastian hukum adalah

Jaminan bahwa hukum dijalankan, bahwa yang berhak menurut hukum dapat memperoleh haknya dan putusan dapat dilaksanakan, walaupun kepastian hukum erat kaitannya dengan keadilan namun hukum tidak identik dengan keadilan. Hukum bersifat umum, mengikat setiap orang, sedangkan keadilan bersifat subjektif, individualistis dan menyamaratakan.⁴⁹

⁴⁸ Riduan Syahrani, 1999, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, h. 23

⁴⁹ Soedikno Mertokusumo, 2002, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta Liberty, h. 160.

Menurut Gustav Radbruch empat hal mendasar yang berhubungan dengan kepastian hukum, yaitu :

1. Hukum itu positif artinya hukum itu adalah peraturan peundang-undangan.
2. Hukum itu didasarkan kepada fakta.
3. Fakta harus dirumuskan dengan cara yang jelas sehingga menghindari kekeliruan dalam pemaknaan dan mudah dilaksanakan.
4. Hukum positif tidak boleh mudah diubah.⁵⁰

Kepastian hukum bukan hanya berupa pasal-pasal dalam Undang-Undang melainkan juga adanya konsistensi dalam putusan hakim yang satu dengan putusan hakim yang lainnya untuk kasus yang telah diputuskan.⁵¹ Hukum tanpa nilai kepastian akan kehilangan makna karena tidak dapat lagi dijadikan makna pedoman perilaku bagi semua orang. *Ubi Jus Incertum, Ibi Jus Nullum* (di mana tiada kepastian hukum, disitu tidak ada hukum).⁵² Berdasarkan teori kepastian hukum dan nilai yang ingin dicapai yaitu nilai keadilan dan kebahagiaan.⁵³

Dari pernyataan tersebut di atas, maka dapat dipahami bahwa hukum menciptakan suatu hukum yang konkret dan terbebas dari konsepsi

⁵⁰ Sulaeman Jajuli, 2015, *Kepastian Hukum Gadai Tanah dalam Islam*, Yogyakarta Depublish, h. 51

⁵¹ Peter Mahmud Marzuki, 2008, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta, Kencana Pradana Media Grup, h. 158.

⁵² H. Salim HS, 2010, *Perkembangan Teori Dalam Ilmu Hukum*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, h. 82.

⁵³ Achmad Ali, 2002, *Menguak Tabir Hukum (Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis)*, Jakarta, Toko Gunung Agung, h. 95

abstrak yang akan menciptakan ketidakpastian. Hal ini sejalan dengan maksud dan tujuan dari asas kepastian hukum yang mana menjamin agar para pencari keadilan dapat menggunakan suatu hukum yang pasti dan konkret serta objektif, tanpa adanya keterlibatan dari spekulasi-spekulasi ataupun pandangan yang subjektif.⁵⁴

Terdapat tiga hal yang berhubungan dengan makna kepastian hukum, yaitu:

- a. Suatu hukum itu positif, artinya bahwa ia adalah perundang-undangan (*gesetzliches Recht*);
- b. Suatu hukum itu didasarkan pada fakta (*Tatsachen*), bukan suatu rumusan tentang penilaian yang nanti akan dilakukan oleh hakim, seperti kemauan baik dan kesopanan;
- c. Suatu fakta itu harus dirumuskan dengan cara yang jelas sehingga menghindari kekeliruan dalam pemaknaan disamping juga mudah dijalankan suatu hukum positif itu tidak boleh sering diubah-ubah.⁵⁵

Dari uraian-uraian mengenai kepastian hukum di atas, maka kepastian dapat mengandung beberapa arti, yakni adanya kejelasan, tidak menimbulkan multitafsir, tidak menimbulkan kontradiktif, dan dapat dilaksanakan. Hukum harus berlaku tegas di dalam masyarakat, mengandung keterbukaan sehingga siapapun dapat memahami makna atas suatu ketentuan hukum. Hukum yang satu dengan yang lain tidak

⁵⁴ Mario Julyano, Aditya Yuli Sulistyawan, "**Pemahaman Terhadap Asas Kepastian Hukum Melalui Konstruksi Penalaran Positivisme Hukum**", *Jurnal Crepido*, Vol. 1, No. 1, 2019, h. 20.

⁵⁵ Achmad Ali, **Op. Cit**, h. 292-293.

boleh kontradiktif sehingga tidak menjadi sumber keraguan. Kepastian hukum menjadi perangkat hukum suatu negara yang mengandung kejelasan, tidak menimbulkan multitafsir, tidak menimbulkan kontradiktif, serta dapat dilaksanakan, yang mampu menjamin hak dan kewajiban setiap warga negara sesuai dengan budaya masyarakat yang ada.

c. Teori Persaingan Usaha Sehat.

Pemasaran tidak akan pernah terlepas dari unsur persaingan. Biasanya, tidak ada satu bisnis pun, yang dengan leluasa berleha-leha menikmati penjualan dan keuntungan. Paling tidak, bukan untuk waktu yang lama untuk menikmatinya karena akan ada pesaing yang ingin turut menikmatinya. Persis seperti ungkapan, "Ada Gula Ada Semut. "Bahkan, yang sering kali terjadi adalah sebuah persaingan yang" sangat kejam. "Persaingan tidak mengenal belas kasihan. Persaingan tidak akan menanyakan apakah modal si pesaing itu dari warisan, atau pemberian mertua, atau berasal dari uang PHK. Bila memang pesaing harus mati (bangkrut) karena kita harus hidup, apa boleh buat.⁵⁶

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis.⁵⁷ Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu competition yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba

⁵⁶ M. Taufik, 2005, *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, h. 18

⁵⁷ Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo, 1993, *"Pengantar Bisnis Modern"*, Cetakan. Ketiga, Liberty, Yogyakarta, h. 22

untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.⁵⁸ Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.⁵⁹

Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah persetujuan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.⁶⁰

Dalam dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yang berarti perubahan-perubahan yang terjadi terhadap persaingan yang terjadi pada perusahaan dalam memperebutkan pelanggan pada periode-periode tertentu. Untuk itu setiap perusahaan perlu memperhatikan dinamika yang terjadi agar mereka bisa mengikuti persaingan supaya tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi di pasar. Dalam kamus Manajemen persaingan bisnis terdiri dari:

⁵⁸ Mudrajad Kuncoro, 2005, **Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif**, Jakarta, Erlangga, h. 86

⁵⁹ B.N Maribun, 2003, **Kamus Manajemen**, Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, h. 276

⁶⁰ Akhmad Mujahidin, 2007, **Ekonomi Islam**, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, h. 27

- a. Persaingan sehat (*healthy competition*), persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.
- b. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair, dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir dari pasar dan salah satunya menjual barang dibawah harga yang berlaku di pasar.

Dalam dunia perdagangan (persaingan bisnis), Islam sebagai salah satu aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang jelas dan rinci tentang hukum dan etika persaingan, serta telah disesuaikan dengan ajaran-ajaran Islam. Hal itu dimaksudkan dengan tujuan untuk menghindari adanya persaingan-persaingan yang tidak sehat. Paling tidak ada tiga unsur yang perlu untuk dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam yaitu: pertama, pihak-pihak yang bersaing, kedua, cara persaingan, dan ketiga, produk barang atau jasa yang dipersaingkan. Ketiga hal tersebut merupakan unsur terpenting yang harus mendapatkan perhatian terkait dengan masalah persaingan bisnis dalam perspektif Islam.

- a. Pihak-pihak yang Bersaing.

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya tentang bisnis yang

digelutinya. Hal terpenting yang berkaitan dengan faktor manusia adalah segi motivasi dan landasan ketika ia menjalankan praktik bisnisnya, termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya. Bagi seorang muslim, bisnis yang dia lakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang dia peroleh tersebut adalah rezeki tidak akan lari ke mana-mana. Bila bukan rezekinya, sekuat apa pun orang mengusahakan, aja tidak mendapatkannya. Begitupun sebaliknya. Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang sebaikbaiknya.

Salah satunya dengan jalan berbisnis. Ia tidak sedikit pun akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezekinya hanya karena anggapan rezeki itu "diambil" pesaingnya. Keyakinan bahwa rezeki semata-mata datang dari Allah SWT akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, ia senantiasa sandarkan segala sesuatunya kepada Allah. Manakala bisnisnya memenangkan persaingan, ia bersyukur. Sebaliknya, ketika terpuruk dalam bersaing, ia bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya. Insya Allah perasaan stress atau tertekan semestinya tidak menimpa pebisnis muslim. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak

lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya. Tak salah kiranya jika dalam Islam senantiasa mengajarkan kepada umatnya untuk memiliki etos kerja yang tinggi, dan itu harus dibuktikan dengan cara berlomba-lomba dalam kebaikan. Sehingga jika setiap pebisnis mau memegang prinsip itu, maka besar kemungkinan bahwa kompetisi yang ada bukanlah persaingan untuk mematikan yang lain. tetapi lebih ditekankan sebagai upaya untuk bisa memberikan yang terbaik bagi orang lain dengan usaha yang ia kelola.

b. Cara Persaingan

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami, oleh karena itu harus dihilangkan. Sedangkan praktiki persaingan yang harus dikedepankan adalah bersaing secara sehat, tidak saling menjatuhkan.

Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihakpihak lain seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan “servis” dengan hal yang dilarang syariah.

Dalam berhubungan dengan rekanan bisnis, setiap pebisnis muslim haruslah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Misalnya saja, memberikan sampel produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal produk yang dikirimkan itu memiliki kualitas jelek. Rasulullah saw. memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaikbaiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut.

Secara alami, hal-hal seperti ini ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya. Sementara itu, kaitannya dengan cara berbisnis yang islami, negara harus mampu menjamin terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak diperkenan memberikan fasilitas khusus kepada seseorang atau sekelompok bisnis tertentu semisal tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau penghapusan pajak. Hal yang demikian tak ubahnya sebagai praktik kolusi, dan hal itu sangat dibenci dalam Islam. Maka dari itu pemberian fasilitas, kenyamanan, keamanan dalam berbisnis harus diberikan sama dan rata oleh pemerintah kepada siapapun yang menjalankan bisnis, dan

yang lebih penting harus benar-benar disesuaikan dengan aturan syari'ah.

c. Produk atau jasa yang dipersaingkan

Selain pihak yang bersaing, cara bersaing Islam memandang bahwa produk (baik barang/jasa) merupakan hal terpenting dalam persaingan bisnis. Islam sendiri memberikan penegasan bahwa barang atau produk yang dipersaingkan harus mempunyai satu keunggulan. Dan beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut.

- 1) Produk. Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.
- 2) Harga. Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.
- 3) Tempat. Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung.
- 4) Pelayanan. Islam juga sangat menekankan pentingnya sebuah pelayanan dalam usaha bisnis. Suatu bisnis akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan adanya pelayanan terbaik. Misalnya dengan keramahan, senyum kepada para konsumen

akan semakin baik dalam berbisnis.⁶¹

Kompetisi merupakan persaingan yang merujuk kepada kata sifat siap bersaing dalam kondisi nyata dari setiap hal atau aktifitas yang dijalani. Ketika kita bersikap kompetitif maka berarti kita memiliki sikap siap serta berani bersaing dengan orang lain. Dalam arti yang positif dan optimis, kompetisi bisa diarahkan pada kesiapan dan kemampuan untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan kita sebagai umat manusia. Kompetisi seperti ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan mengalahkan lawan.⁶² Dengan memaknai kompetisi yang seperti itu, kita menganggap kompetitor lain sebagai partner (bukan lawan) yang memotivasi diri untuk meraih prestasi. Inilah bentuk kompetisi yang dilandasi sifat sehat dan tidak mengarah kepada timbulnya permusuhan atau konflik, sehingga membahayakan kelangsungan dan keharmonisan kehidupan kita.

Tuntunan dunia bisnis dan manajemen yang semakin tinggi dan keras mensyaratkan sikap dan pola kerja yang profesional. Persaingan yang semakin ketat juga seakan mengharuskan orang-orang bisnis untuk bersungguh-sungguh menjadi profesional bila mereka ingin sukses dalam

⁶¹ Johan Arifin, 2009, *Etika Bisnis Islami*, Semarang, Walisongo Press; Cetakan 1, h. 97-107

⁶² Muhammd Saman, 2010, *Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Islam)*, Jakarta, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universits Islam Negeri Syarif Hidayatullah, h. 19.

profesinya. Persaingan dalam dunia bisnis mendorong pebisnis meningkatkan efisiensi dan kualitas produk untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dan pelanggan merasa puas dengan produk tersebut. Selain itu persaingan usaha memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan kreatifitas sumber daya manusia untuk menggunakan sumber daya yang ada secara optimal dan menghasilkan barang-barang yang bernilai tinggi dengan harga yang kompetitif. Persaingan membantu pemerintah menanggulangi kemiskinan akibat krisis moneter yang melanda Indonesia sejak tahun 1997. Dengan bermunculan usaha-usaha baru diharapkan dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak sehingga masyarakat memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

2. Kerangka Konsep

Konsep diartikan sebagai kata yang menyatukan abstraksi yang digeneralisasikan dari hal-hal yang khusus yang disebut definisi operasional. Soejono Soekanto berpendapat bahwa kerangka konsepsi pada hakekatnya merupakan suatu pengarah, atau pedoman yang lebih konkrit dari kerangka teoritis yang sering kali bersifat abstrak, sehingga diperlukan definisi-definisi operasional yang menjadi pegangan konkrit dalam proses penelitian.⁶³

Kerangka konsepsional dalam merumuskan atau membentuk

⁶³ Soerjono Soekanto, 2014, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Raja Grafindo, Jakarta, h. 133.

pengertian-pengertian hukum, kegunaannya tidak hanya terbatas pada penyusunan kerangka konseptual saja, akan tetapi pada usaha merumuskan definisi-definisi operasional diluar peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, konsep merupakan unsur pokok dari suatu penelitian.⁶⁴

Bertolak dari kerangka teori sebagaimana tersebut diatas, berikut ini disusun kerangka konsep yang dapat dijadikan sebagai definisi operasional, yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Pengawasan adalah segala usaha atau kegiatan untuk mengetahui dan menilai kenyataan yang sebenarnya mengenai pelaksanaan tugas atau kegiatan, apakah sesuai dengan semestinya atau tidak.⁶⁵
2. Penegakan Hukum adalah kegiatan menyerasikan hubungan nilai-nilai yang terjabarkan di dalam kaidah-kaidah/pandangan nilai yang mantap dan mengejawantah dan sikap tindak sebagai rangkaian penjabaran nilai tahap akhir untuk menciptakan, memelihara dan mempertahankan kedamaian pergaulan hidup.⁶⁶
3. Bisnis Digital adalah suatu bisnis yang tercipta dan beradaptasi dari desain bisnis baru yang berkaitan erat dengan ekosistem digital

⁶⁴ Koentjaraningrat, 2014, *Metode Penelitian Masyarakat*, Gremedia Pustaka Utama, Jakarta, h. 24

⁶⁵ Sujamto, 1990, *Otonomi Daerah Yang Nyata dan Bertanggung Jawab*, Jakarta, Sinar Grafika, h. 17

⁶⁶ Soerjono Soekanto, 2004, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Raja Grafindo, Jakarta, h. 8.

(teknologi masa kini), terintegrasi, dan terhubung secara digital mulai dari sisi penjual, proses transaksi, hingga kepada pembeli.⁶⁷

4. Komisi pengawas persaingan usaha adalah komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.⁶⁸
5. Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.⁶⁹
6. Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.⁷⁰

F. Keaslian Penelitian

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan di perpustakaan Universitas Islam Sumatera Utara dan browsing melalui internet terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu, yang berkaitan dengan judul dan permasalahan yang menjadi objek kajian dalam

⁶⁷https://eprints.pknstan.ac.id/1401/5/06.%20Bab%20II_Davision%20Petrus%20Pasaribu_2301190385.pdf Diakses Pada Tanggal 04 Juni 2024 Pukul 21.33 Wib.

⁶⁸ Republik Indonesia Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ *Ibid*

penulisan tesis ini. Adapun beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian ini adalah:

1. Peneliti oleh Safaruddin (NPM. 7114010115) Fakultas Hukum Universitas Islam Sumatera Utara, dengan judul Tesis Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terkait Penguasaan Atas Jasa Operator Kargo Dan Pos (Studi Putusan Mahkamah Agung RI Nomor 208 K/Pdt-Sus-KPPU/2018) dengan Pokok permasalahan dalam penelitian tersebut adalah:
 - a. Bagaimana ketentuan hukum tentang larangan Praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat ?
 - b. Bagaimana pertimbangan hukum hakim dalam putusan Mahkamah Agung RI Nomor 208 K/Pdt-Sus-KPPU/2018 ?
2. Peneliti oleh Jeri Wahyuddin (NPM. 109048000038) Fakultas Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, dengan judul Tesis Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Electronic Ecommerce Di Indonesia dengan Pokok permasalahan dalam penelitian tersebut adalah:
 - a. Bagaimana bentuk pelanggaran hukum perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia?
 - b. Apa saja faktor yang menyebabkan lemahnya penegakan hukum perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia?
 - c. Apa saja bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh pelaku usaha dalam kasus pelanggaran hukum perlindungan konsumen?

3. Peneliti oleh Nurul Siti Fatima (NPM. C100160172) Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul Tesis Perlindungan Hukum Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Hypermarket Giant Terhadap Marketplace) dengan Pokok permasalahan dalam penelitian tersebut adalah:
- a. Bagaimanakah Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Yang Terdampak Persaingan Tidak Sehat?
 - b. Bagaimanakah Penegakan Hukum Kedepan Agar Menjadi Persaingan Usaha Yang Sehat?

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penelitian ini adalah asli karena sesuai dengan asas-asas keilmuan yaitu jujur, rasional, obyektif dan terbuka sehingga penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya secara ilmiah dan terbuka atas masukan serta saran-saran yang membangun sehubungan dengan pendekatan dan perumusan masalah.

G. Metode Penelitian.

Metodologi Penelitian berasal dari kata “metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan suatu, dan “logos” yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi, metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan, dan menganalisis sampai mengemukakan pendapatnya.⁷¹

⁷¹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, 2009, *Metodologi Penelitian*, Jakarta, h.1

Oleh karena itu, metodologi penelitian sangat penting dan menentukan dalam suatu penelitian karena kualitas dari hasil penelitian tersebut sangat ditentukan oleh ketetapan metode penelitian yang dipergunakan. Tentang penelitian Soerjono Soekanto mendefinisikan sebagai berikut:

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan jalan menganalisisnya. Selain itu juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan yang timbul dalam gejala yang bersangkutan.⁷²

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa untuk dapat menemukan suatu kebenaran ilmiah, maka seorang peneliti harus menggunakan suatu metode yang akan menuntunnya kepada arah yang dimaksud dan mempergunakan suatu metode yang selanjutnya akan dijabarkan tahap-tahapnya dalam penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya semata-mata menjelaskan keadaan obyek atau peristiwanya tanpa suatu maksud untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum.⁷³

⁷² Soerjono Soekanto, 2004, *Pengantar Penelitian Hukum*, dalam Abdulkadir Muhammad, *Hukum Dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, h.32

⁷³ Ida hanifah, 2018. "*Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*". Medan: Pustaka Prima. h.16.

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian hukum normatif (*normative legal research*) yang mana penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis norma-norma hukum (ketentuan-ketentuan yang ada). Penelitian hukum normatif menggunakan studi peraturan-undangan serta bahan kepustakaan lainnya. Penelitian ini sering disebut seringkali disebut dengan penelitian doctrinal, yaitu penelitian yang pokok kajiannya adalah dokumen peraturan perundang-undangan, bahan pustaka dan hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang.⁷⁴

2. Metode pendekatan

Kaitannya dengan penelitian normatif, pada umumnya dapat digunakan beberapa pendekatan yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konsep (*conceptual approach*), pendekatan analisis (*analytical approach*), pendekatan historis (*historical approach*), pendekatan filsafat (*phillosopichal approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*).⁷⁵

Adapun Pendekatan yang digunakan penulis adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*). Pendekatan perundang-undangan adalah penelitian yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan dengan permasalahan yang sedang ditangani, sedangkan

⁷⁴ Soejono dan H.Abdurahman, 2003, **Metode Penelitian Hukum**, Jakarta, Rineka Cipta, h. 56

⁷⁵ Johaedi Efendi dan Jonny Ibrahim, 2018, **Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris**, Depok, kencana Prenada Media Group, Cek-2, h. 131.

pendekatan kasus adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara melakukan telah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi yang telah menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum yang tetap.⁷⁶

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan diolah dalam penelitian hukum normatif adalah data sekunder, yakni studi dokumen atau kepustakaan dengan cara mengumpulkan dan memeriksa atau menelusuri dokumen dan kepustakaan yang dapat memberikan informasi atau keterangan yang dibutuhkan oleh peneliti. Sumber data sekunder dalam penelitian ini dibagi menjadi:⁷⁷

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan, maupun putusan hakim (yurisprudensi). Adapun bahan hukum primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Undang-Undang Dasar 1945
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

b. Bahan Hukum Sekunder

⁷⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Op Cit* h. 137

⁷⁷ Nomensen Sinamo, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, PT Bumilmitama Sejahtera, h. 86.

Bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer yang dapat berupa hasil penelitian, buku-buku literatur, makalah, hasil penelitian, jurnal, surat kabar maupun hasil seminar dari kalangan hukum yang berkaitan dengan pokok permasalahan penelitian ini. Adapun macam dari bahan hukum sekunder adalah berupa buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.⁷⁸

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan yang memberi penjelasan maupun petunjuk terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti dalam hal ini yang berupa data non-hukum yang diperoleh dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, Ensiklopedia, artikel, jurnal, Kamus Umum Lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris, Kamus Hukum serta beberapa kajian yang memuat informasi secara relevan⁷⁹

4. Alat Pengumpul Data

Bahan hukum dikumpulkan melalui prosedur inventarisasi dan identifikasi peraturan perundang-undangan, serta klasifikasi dan sistematisasi bahan hukum sesuai permasalahan penelitian. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, menelaah, mencatat membuat ulasan bahan-bahan pustaka yang ada kaitannya dengan penelitian ini

Studi pustaka terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, maupun bahan hukum tersier dan atau bahan non hukum. Penelusuran bahan-bahan hukum tersebut dilakukan dengan membaca, mendengar, maupun menggunakan media internet. Cara ini dilakukan dengan tujuan untuk memperdalam teori yang ada

⁷⁸ Bambang Sunggono, 2003, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Cet 5, PT Raja Grafindo Persada, h. 67

⁷⁹ Soerjono Soekanto, 2011, *Op Cit*, h.52

kaitannya dengan permasalahan yang dihadapi penulis dalam penelitiannya.⁸⁰

5. Analisis Data

Teknik analisis data yang dipergunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif, yakni suatu uraian mengenai cara-cara analisis berupa kegiatan mengumpulkan data kemudian di edit dahulu untuk selanjutnya dimanfaatkan sebagai bahan yang sifatnya kualitatif, yaitu data yang berisikan sejumlah penjelasan dan pemahaman mengenai isi dan kualitas isi dan gejala-gejala sosial yang menjadi sasaran atau objek penelitian.⁸¹ Kemudian hasil dari data-data yang telah terkumpul berbentuk deskriptif yang dinyatakan secara tertulis. Menurut Zainuddin Ali Penelitian Kualitatif yang mengacu pada Norma Hukum di dalam Perundang-undangan atau pun Sumber aturan lainnya baik yang berkembang di dalam masyarakat.⁸²

Kemudian data tersebut setelah dibaca, dipelajari, ditelaah, maka langkah selanjutnya adalah diolah dan dianalisis agar mempunyai makna dan berguna untuk memecahkan masalah yang diteliti⁸³. Dan di dalam pengolahan data ini disajikan dalam bentuk yang sistematis guna menjawab permasalahan yang telah dirumuskan, baru setelah itu membuat Abstraksi. Abstraksi adalah sebuah usaha untuk membuat rangkuman yang inti,

⁸⁰ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2015, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, h. 160

⁸¹ Ashofa, Burhan, 2001, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, h. 69

⁸² Zainuddin Ali. 2015. "*Metode Penelitian Hukum*". Jakarta: Sinar Grafika. h. 105.

⁸³ Ahmad Tanzeh, 2011, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta, Teras, h.

proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya.⁸⁴

6. Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini lebih terarah dan terstruktur, penulis merasa perlu untuk menyusun sistematika penulisan yang terdiri dari kesatuan bab dan dimuat sedemikian rupa sehingga satu sama lain saling berhubungan secara sistematis. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

Bab Kesatu pada bab ini dikemukakan secara sistematis mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Keaslian penelitian, Kerangka Teori dan Konsep, metode penelitian serta sistematika penelitian sebagai dasar pemikiran pada bab-bab selanjutnya.

Bab Kedua, ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang dibahas sesuai dengan permasalahan pertama yaitu pengaturan hukum bisnis digital (*E-Commerce*) dalam persaingan sehat di Indonesia.

Bab Ketiga, ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang dibahas sesuai dengan permasalahan kedua yaitu peran KPPU dalam melakukan pengawasan dan penegakan hukum terhadap bisnis digital (*E-Commerce*).

Bab Keempat, ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang dibahas sesuai dengan permasalahan ketiga yaitu upaya yang dapat

⁸⁴ Lexy J. Moleong, 2013, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, h.247.

dilakukan untuk menciptakan persaingan usaha sehat pada bisnis digital (*E-Commerce*).

Bab Kelima, ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari analisis dan pembahasan, serta memberikan beberapa saran.

BAB II

PENGATURAN HUKUM BISNIS DIGITAL (*E-COMMERCE*) DALAM PERSAINGAN SEHAT DI INDONESIA.

A. Tinjauan Umum Tentang E-Commerce

1. Pengertian E-Commerce

Istilah electronic commerce dapat dikatakan masih terdengar asing disebagian besar masyarakat Indonesia. Pada umumnya transaksi e-commerce diterapkan oleh golongan menengah ke atas. Sampai dengan saat ini, masih belum ada suatu pendefinisian yang baku tentang keberadaannya dikenal juga sebagai transaksi electronic commerce (*e-commerce*).

E-Commerce berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari Electronic dan kata Commerce. Menurut bahasa (etimologi) adalah sebagai berikut (E) electronic adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (C) commerce adalah perdagangan dan perniagaan.⁸⁵ Adapun menurut istilah pengertian E-Commerce adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.⁸⁶

⁸⁵ John M.Echols dan Hassan Shadily, 2003, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, h. 209 dan 129.

⁸⁶ Adi Sulisty Nugroho, 2016, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekuilibria, h. 5

Istilah E-Commerce mulai muncul di tahun 1990-an melalui adanya inisiatif untuk mengubah paradigma transaksi jual beli dan pembayaran dari cara konvensional ke dalam bentuk digital elektronik berbasis komputer dan jaringan internet. Terdapat beberapa definisi E-commerce menurut para ahli, yaitu:⁸⁷

- a. Menurut Bourakis, Kourgiantakis, dan Migdalas di tahun 2002, Ecommerce adalah proses untuk mengantarkan informasi, produk, layanan, dan proses pembayaran, melalui kabel telepon, koneksi internet, dan akses digital lainnya.
- b. Menurut Kim dan Moon di tahun 1998 mengungkapkan bahwa Ecommerce adalah proses untuk mengantarkan informasi, produk, layanan, dan proses pembayaran, melalui kabel telepon, koneksi internet, dan akses digital lainnya.
- c. Menurut Quayle di tahun 2002 mendefinisikan E-commerce sebagai berbagai bentuk pertukaran data elektronik atau Elektronik Data Interchange (EDI) yang melibatkan penjual dan pembeli melalui perangkat mobile, E-mail, perangkat terhubung mobile, di dalam jaringan internet dan intranet.
- d. Menurut Chaffey di tahun 2007 berpendapat bahwa E-commerce dengan mempertimbangkan bahwa di tahun 2007 perkembangan teknologi komputer dan jaringan internet telah menambah perubahan

⁸⁷ | Putu Agus Eka Pratama, *E-commerce, E-Business, dan Mobile Commerce*. Informatika, Bandung, 2015, h. 2

pada E-commerce, dengan munculnya beragam teknologi keamanan, teknologi pembayaran online, perangkat-perangkat mobile (Smartphone, Handphone, Tablet), makin banyaknya organisasi dan pengguna yang terhubung ke internet, dan munculnya berbagai teknologi pengembangan aplikasi berbasis web. Sehingga dibuatlah perbaikan definisi dari E-commerce. E-commerce diartikan sebagai semua bentuk proses pertukaran informasi antara organisasi dan Stakeholder berbasiskan media elektronik yang terhubung ke jaringan internet.

Sedangkan menurut (terminologi) adalah menurut pandangan WTO (World Trade Organization), e-commerce ini menyangkut semua kegiatan seperti produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik. Sementara Alliance For Global Business mengartikan ecommerce sebagai seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronika sebagai media. Melalui media tersebut barang dan jasa yang bernilai ekonomi yang dirancang, dihasilkan, diiklankan, dikatalogkan, diinventarisasi, dibeli atau dikirimkan.⁸⁸

Menurut Pasal 1 angka (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer,

⁸⁸ Titik Triwulan Tutik, 2008, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Cet ke-2, Jakarta: Kencana, h. 373

dan/atau media elektronik lainnya. Selain itu, Menurut Adi Nugroho mendefinisikan transaksi elektronik (*e-commerce*), adalah persetujuan jual beli antara pihak pembeli dengan penjual secara elektronik yang biasanya menggunakan jaringan computer pribadi. Dalam hal ini, konsumen yang menggunakan browser web untuk melakukan pemesanan dan menyediakan informasi dengan bentuk pembayaran seperti kartu kredit, digital cash atau cek elektronik.⁸⁹

Terlepas dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 1) Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
- 2) Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi, dan
- 3) Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.⁹⁰

Jadi, dapat dipahami bahwa secara garis besar *E-Commerce* itu mengacu pada jaringan internet untuk melakukan belanja online dan cara transaksinya melalui transfer uang secara digital.

2. Jenis-Jenis E-Commerce.

Onno W Purba dan Aang Arif Wahyudi mengklasifikasikan *Ecommerce* menjadi dua (2) jenis beserta karakteristiknya, yaitu :⁹¹

⁸⁹ Endang Purwaningsih, 2010, *Hukum Bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia, h. 57

⁹⁰ Richardus Eko Indrajit, *Op.Cit*, h. 2

⁹¹ Ono W Purbo dan Aang Arif Wahyudi, 2001, *Mengenal E-Commerce*, PT Alex Media Komputindo, Jakarta, h. 5

a. Bussiness to Business, karakteristiknya adalah:

- 1) Trading partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung diantara mereka dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi tersebut dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.
- 2) Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati. Jadi service yang digunakan antarkedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama pula.
- 3) Salah satu pelaku tidak harus menunggu partner mereka lainnya untuk mengirimkan data.
- 4) Model yang umum digunakan adalah peer-to-peer, dimana processing intelligence dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

b. Bussiness to Consumer, karakteristiknya adalah:

- 1) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan secara umum pula.
- 2) Service yang dilakukan juga bersifat umum, sehingga mekanismenya dapat digunakan oleh orang banyak. Sebagai contoh, karena sistem web sudah umum di kalangan masyarakat maka sistem yang digunakan adalah sistem web pula.

- 3) Service yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap memberikan respon terhadap inisiatif konsumen tersebut.
- 4) Sering dilakukan sistem pendekatan client-server, dimana konsumen di pihak client menggunakan sistem yang minimal (berbasis web) dan penyedia barang/jasa (business procedure) berada pada pihak server.

Menurut Kotler & Armstrong (2012) terdapat tiga jenis E-commerce, berdasarkan karakteristiknya, yaitu:⁹²

a. Business to Business (B2B)

- 1) Mitra bisnis yang sudah saling mengenal dan sudah menjalin hubungan bisnis yang lama.
- 2) Pertukaran data yang sudah berlangsung berulang dan telah disepakati bersama.
- 3) Model yang umum digunakan adalah peer to peer, dimana processing intelligence dapat didistribusikan oleh kedua pelaku bisnis.

b. Business to Consumer (B2C)

- 1) Terbuka untuk umum dimana informasi dapat disebarakan untuk umum juga.

⁹² Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2018, *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice, h. 238.

- 2) Servis yang digunakan juga untuk umum sehingga dapat digunakan oleh banyak orang.
 - 3) Servis yang digunakan berdasarkan permintaan, sehingga produsen harus mampu merespon dengan baik permintaan konsumen.
 - 4) Sistem pendekatan adalah client-server.
- c. Consumer to Consumer (C2C) Model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, melainkan juga memberikan.

3. Bentuk Pelanggaran Dalam *E-Commerce*.

Membuka e-commerce juga telah menjadi opsi mudah untuk membandingkan harga termurah dan terkini untuk apa pun barang yang kita cari. Namun dengan segala kemudahan ini, Anda harus tetap harus mewaspadaai hadirnya potensi pelanggaran Kekayaan Intelektual di *e-commerce*. Karena perlu diingat, walaupun penyelenggara platform sudah berusaha melakukan penyortiran bahkan dengan AI, tidak akan berguna jika Anda sendiri yang tidak memiliki kemampuan *self-screening*, mudah tergiur dengan harga murah dari produk yang seharusnya berharga mahal. Sesungguhnya barang palsu bukan satu-satunya potensi pelanggaran di *e-commerce*, setidaknya ada 5 (lima) modus pelanggaran KI yang dapat kami jabarkan sebagai berikut:⁹³

⁹³ <https://affa.co.id/mengenal-5-modus-pelanggaran-ki-di-e-commerce-indonesia/>
Diakses Pada Tanggal 10 November 2024 Pukul 00. 20 Wib

1) Penjualan Barang-Barang Palsu

Bahkan dalam menjual barang palsu pun caranya sudah lebih canggih, tidak terang-terangan menggunakan nama atau produk dengan kualitas yang jauh berbeda.

a. Foto diambil dari situs resmi;

Jika yang berjualan bukan toko resmi tapi menggunakan foto resmi, Anda harus langsung curiga dan gunakan hak Anda untuk meminta foto asli sebelum bertransaksi.

b. Preloved lengkap dengan nota;

Jika sejak awal penjual sudah menampilkan nota pada foto produk yang seakan-akan menunjukkan produknya benar-benar dibeli di toko asli, Anda tetap disarankan untuk meminta foto produk asli sebelum bertransaksi.

c. Harga asli, tapi produk KW;

Bagi Anda pemerhati Merek tertentu, pasti hafal dengan bentuk, warna, serta penempatan logo pada produk tersebut. Anda mungkin juga hafal berapa varian yang diproduksi untuk produk tersebut di musim ini, termasuk varian limited-nya. Jadi saat Anda menemukan warna produk yang berbeda, yang seharusnya tidak ada, walaupun dengan harga yang sama dengan produk aslinya, Anda tidak akan terkecoh.

d. Menggunakan kata ORI;

Kata ori yang berarti original harusnya hanya bisa disandang oleh produk asli. Namun belakangan, kata ini justru digunakan oleh penjual barang palsu untuk menarik minat pembeli. Apalagi kalau pencantuman kata “ori” ini disandingkan dengan harga barang yang jauh lebih murah, Anda harus curiga keasliannya.

e. Produk murah langsung dari pabrik.

Deskripsi ini juga patut Anda waspadai saat menemukan barang yang lebih murah di e-commerce. Karena apabila produk tersebut berasal dari Indonesia, yang dapat melakukannya tentunya hanya toko atau distributor resmi yang mendapat fasilitas harga grosir. Kemungkinan lain adalah barang curian yang kelengkapan dan kualitasnya diragukan. Anda yakin masih ingin membeli barang seperti itu?

2) Promosi Produk Tanpa Verifikasi

Modus ini sama seperti pada kategori pertama, bedanya dengan iming-iming diskon besar yang mengakibatkan harganya jauh lebih murah dari pasaran, tapi tidak dijual oleh toko atau distributor resmi (yang tidak sedang menyediakan promo yang sama). Selain kemungkinan yang dijual bukan produk asli, bisa jadi produknya adalah hasil selundupan yang tidak membayar pajak impor resmi, tentunya dengan kelengkapan dan kualitas yang diragukan.

3) Penjualan Melalui E-Commerce Secara Tidak Bertanggungjawab

Adakalanya beberapa produk kesehatan dan kecantikan dijual dengan skema “direct selling,” dan melarang penjualan melalui e-commerce. Karena mereka mengutamakan eksklusivitas produk yang hanya dijual melalui penjualan langsung downline/ member yang telah terdaftar. Jadi penjualan langsung ke publik (non-member) adalah bentuk pelanggaran, karena merusak skema bisnis dan sistem keanggotaan yang sudah disepakati.

4) Belum Meratanya SOP Pelanggaran di E-Commerce

Walaupun e-commerce sudah berperan sebagai penengah yang akan menahan dana dari pembeli dan akan mengembalikannya jika barang bermasalah, pada kenyataannya masih ada saja celah yang memungkinkan transaksi selesai, padahal barang tidak sesuai. Misalnya pembeli lupa unboxing dengan video atau tidak segera memeriksa keaslian barang hingga tenggat waktunya habis. Kalau sudah demikian, proses prosedur pengaduannya pun tidak seragam. Hal ini dipersulit lagi dengan ketidak-hadiran layanan pelanggan yang benar-benar memahami permasalahan. Apalagi kalau layanan pelanggannya serba otomatis tanpa melibatkan manusia.

5) Platform E-Commerce yang Terbuka Tanpa Batas

Dengan semakin terbukanya lintas batas perdagangan internasional melalui e-commerce, Anda perlu memahami resiko pembelian barang-barang yang berasal dari luar Indonesia. Jika Anda menemukan harga barang yang lebih murah, padahal pengirimannya dilakukan dari luar

negeri, dan Anda tahu di Indonesia sudah ada distributor resminya, kewaspadaan Anda perlu ditingkatkan lebih lagi. Karena bisa jadi telah terjadi pelanggaran KI berupa distribusi tanpa izin/ melanggar hukum/ tidak membayar pajak impor, yang bukan tidak mungkin, dalam rentang waktu proses pemesanan, penjual di negara asalnya ditangkap polisi, dan Anda tidak akan mendapatkan barang yang Anda mau.

4. Keuntungan dan Kerugian dalam *E-Commerce*.

Seperti hal penggunaan teknologi lainnya, *E-Commerce* mempunyai beberapa keuntungan dan kerugian. Berikut ini diuraikan beberapa keuntungan dan kerugian *E-Commerce* terhadap individu, masyarakat dan negara.

1) Keuntungan *E-Commerce*.

a. Bagi Individu (penjual dan pembeli)

1. Bagi penjual memudahkan dalam pemasaran produk karena sudah terdapat banyak media sosial yang membantu para pebisnis online dalam pemasarannya.
2. Memudahkan penjual dalam mengontrol semua aktivitas aliran produknya sehingga meminimalisir pencurian produk oleh beberapa oknum tidak bertanggung jawab.
3. Banyak pebisnis *E-Commerce* membuka jam pemesanan lebih lama bahkan dapat mencapai waktu 24 jam dalam sehari.

4. Bagi pembeli juga e-commerce memudahkan dalam pencarian berbagai macam produk yang dilakukan dengan mudah tanpa harus mengunjungi toko yang menjual produk tersebut.⁹⁴
 5. Home shopping, pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan jangkauan toko-toko yang jauh dari lokasi pembeli.
 6. Product on demand. Pembeli dapat mencari produk sesuai dengan keinginan dan mendapatkannya.
 7. Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di outlet-outlet atau pasar tradisional.⁹⁵
- b. Bagi Masyarakat.
1. E-Commerce memungkinkan banyak orang yang untuk bekerja di rumah mereka sendiri dan untuk mengurangi frekuensi perjalanan yang harus mereka lakukan untuk berbelanja keluar rumah.
 2. E-commerce memungkinkan sejumlah pedagang untuk menjual barang-barang atau jasa-jasa mereka dengan harga yang lebih murah, sehingga jumlah orang yang dapat membeli produk atau

⁹⁴ Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Op.Cit, h. 8

⁹⁵ Ita Nurhayati, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Bisnis Melalui E-Commerce di Indonesia*, Jurnal, Serang, 2000, h. 51

jasa mereka akan menjadi lebih banyak, sekaligus dapat meningkatkan standar hidup mereka.

3. Memungkinkan masyarakat mendapatkan pemerataan produk karena banyak pebisnis online yang mencakup pengiriman seluruh dalam negeri ataupun luar negeri.
4. E-commerce dapat memfasilitasi pemberian layanan-layanan publik, seperti perawatan kesehatan, pendidikan, pendistribusian layanan-layanan sosial dari pemerintah dengan biaya yang lebih murah dan/atau dengan kualitas yang lebih baik.⁹⁶

c. Bagi Negara.

1. Negara banyak keuntungan untuk berbagai macam pajak penjualan dan pajak ekspor impor produk-produk tersebut.
2. Tarif ekonomi negara dapat meningkat karena jika suatu negara sudah mempunyai produk yang berkualitas dan banyak digemari maka akan banyak masyarakat terutama masyarakat luar negeri yang ingin membeli produk tersebut.⁹⁷

2) Kerugian E-Commerce

a. Bagi Individu

⁹⁶ Arsyad Sanusi, *Hukum E-Commerce, Op. Cit*, h. 252-253

⁹⁷ Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi, Op. Cit*, h. 10

1. Rentannya terjadi penipuan online oleh para pebisnis online palsu.
2. Membuat individu menjadi lebih malas untuk mendatangi langsung dan melihat kualitas barang secara langsung.⁹⁸
3. Pembeli tidak semuanya mempergunakan teknologi yang sama.
4. Tidak semua orang memiliki akses terhadap internet.
5. Organisasi/manajer butuh untuk meningkatkan pengetahuan mengenai teknologi informasi.⁹⁹

b. Bagi Masyarakat.

1. Membuat masyarakat lebih konsumtif karena dengan mudahnya melihat dan mencari produk-produk yang sedang trending mendorong masyarakat ingin memiliki semua produk-produk tersebut karena dapat didapatkan dengan mudah.
2. Mendorong perilaku egoisme karena terkadang masyarakat lebih mengutamakan atau meninggikan dirinya sendiri dari lingkungannya karena ingin tampil lebih dengan produk-produk yang sedang trending.

c. Bagi Negara.

⁹⁸ *Ibid*, h. 9

⁹⁹ Hilyana Aulia, ***Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Pengguna Kartu Kredit dalam Transaksi E-Commerce***, Jurnal, Bandar Lampung, 2018.

- 1) Negara sering dirugikan oleh produk-produk hasil ilegal dan berbagai macam aktivitas penggelapan barang yang terjadi dalam bisnis E-Commerce
- 2) Negara juga akan mendapatkan pencemaran nama baik apabila terdapat oknum-oknum penjual dalam negeri yang memalsukan ataupun melakukan kejahatan dalam aktivitas E-Commerce.¹⁰⁰

4. Faktor Pendorong Kemunculan dan Perkembangan Keamanan Ecommerce.

Faktor-faktor yang mendorong terjadinya perubahan-perubahan pada E-commerce adalah :¹⁰¹

- a. Kemajuan infrastruktur sistem komunikasi Fasilitas komunikasi yang mendukung electronic commerce telah berubah secara dramatis. Hubungan antarpoin yang semakin terbuka, tidak ada yang mengatur, semakin tidak terjaga, dan jaringan yang bersifat bebas. Dalam hal ini kemajuan Internetlah yang membawa perubahan tersebut.
- b. Meledaknya sistem perdagangan global Kalangan bisnis kini mulai menginginkan sistem perdagangan global yang cepat, yang didukung oleh komunitas digital dengan tingkat kepercayaan yang tinggi. Karena rekan bisnis bisa saja berada di negara lain, sehingga bisa saja menjadikan hal ini sebagai pendorong timbulnya perselisihan atau

¹⁰⁰ Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi, Op. Cit*, h. 10 - 11.

¹⁰¹ Ono W Purbo dan Aang Arif Wahyudi, 2015, *Mengenal e-Commerce*, Elex Media Komputerindo, Jakarta, h. 12-14

ketidakcocokan antar rekan bisnis di kawasan hukum negara lain. Dengan memanfaatkan sistem keamanan yang baik, diharapkan bisa memberikan dan mengamankan tanda bukti pengesahan transaksi yang terjadi. Jika sistem keamanan tersebut diyakini memiliki keandalan yang sangat bagus, maka segala hal yang bisa menyebabkan timbulnya perselisihan bisa dihindari atau dikurangi. Hal ini penting sekali khususnya jika kita menyadari bahwa dunia elektronik ini mungkin tidak memiliki batas-batas hukum yang jelas, khususnya lagi jika informasi dikirim melalui sebuah wilayah yang tidak memiliki kontrol yuridikasi yang kuat. Untuk itu, dengan penggunaan sistem keamanan yang tepat dan handal akan dapat membantu para pelaku bisnis dalam rangka menghindari segala kemungkinan perselisihan maupun rintangan yang terjadi.

- c. Sistem Perdagangan Real Time Sistem perdagangan real time yang dilakukan dengan rekan bisnis yang letaknya sangat jauh dari kita merupakan solusi efektif dan tuntutan perkembangan bisnis saat ini. Tetapi sistem real time ini memiliki efek negatif yaitu dapat mengurangi kesempatan para pelaku bisnis untuk saling menanyakan segala sesuatu yang ditransaksikan (kelemahan dan kelebihan) dan dapat mengurangi faktor keamanan yang melekat pada sistem perdagangan tradisional.
- d. Meningkatkan rasa pengertian/penghargaan terhadap segala risiko yang mungkin terjadi E-commerce memiliki resiko-resiko yang tidak bisa

dianggap remeh begitu saja. Karena risiko-risiko yang terjadi bisa saja membuat semua yang dilakukan dan dimiliki akan hancur begitu saja. Untuk itu dengan adanya sistem keamanan pada E-commerce akan dapat memberikan rasa aman dan percaya diri terhadap penggunaan sistem E-commerce tersebut.

- e. Tersedianya Teknologi Sistem Keamanan (Security) Sistem keamanan informasi menjadi bagian yang sangat penting seiring dengan berkembangnya fungsi keamanan pada komunitas utama sektor komersial dan berbagai aplikasi lain yang dianggap semakin penting. Perkembangan teknologi sistem keamanan ini meningkat dengan pesat dan bisa diterapkan pada berbagai platform teknologi Electronic Commerce yang berbeda-beda, khususnya untuk melengkapi sistem secure digital payment. Intinya, sistem keamanan tersebut menjadi bagian yang sangat penting dari transaksi-transaksi yang terjadi.
- f. Sistem Keamanan Sebagai Aset yang Berharga Sistem keamanan dapat memberikan keuntungan yang kompetitif pada bisnis dan dapat menciptakan suatu penghalang yang kuat jika ingin memasukinya. Intinya, sistem keamanan informasi adalah power.
- g. Politik Sistem keamanan informasi telah menjadi bagian dari pokok masalah penting dari sistem politik yang perlu dibahas. Karena hal itu juga melibatkan sistem keamanan-keamanan dan pelaksanaan undang-undang.

h. Pengakuan terhadap Pernyataan Sah Seiring dengan berkembangnya zaman, sistem keamanan informasi semakin dihargai. Terutama usaha untuk membuktikan sesuatu itu sah atau tidak. Hal itu penting sekali karena kita mengadakan transaksi mungkin dengan orang-orang yang tidak kita kenal, dan untuk itu perlu sekali adanya pembuktian transaksi yang berlangsung, baik itu keabsahan identitas penjual, pembeli, dan sebagainya.

Faktor-faktor itulah yang mendukung arus perkembangan Ecommerce dimana segi keamanan (security) menjadi bagian yang terpenting. Teknologi sistem keamanan informasi menghasilkan suatu model yang diperlukan untuk membuat E-commerce yang global dapat terwujud. Peran dan tanggung jawab pelaku E-commerce dilibatkan, efek-efek informasi disebarakan, dan dunia komputer berbasis komersial mengalami transisi untuk memenuhi keinginan yang semakin pesat akan E-commerce yang aman.

B. Tinjauan Umum Tentang Ecommerce Dalam Perspektif Hukum Islam.

Arus global dengan tatanan yang semakin berubah, menjadi suatu realitas yang tidak bisa dihindari oleh semua masyarakat, bahkan umat Islam yang merupakan bagian dari penduduk dunia. Dalam aktivitas ekonomi, alih-alih memunculkan tren bisnis model baru yang dikenal

dengan istilah e-commerce.¹⁰² Efektifitas dan efisiensi serta kemudahan yang ditawarkan oleh transaksi ini, tentu menyisakan problem tersendiri bagi umat Islam, kalau tidak mau dikatakan tertinggal dengan arus global. Oleh karena itu, Islam sebagai agama yang bersifat berlaku sepanjang masa dalam konteks masyarakat yang senantiasa berubah secara dinamis, mempunyai rule of the game sebagaimana prinsip-prinsip yang telah digariskan dalam Alqur'an dan Hadist. Pada prinsipnya, Islam tidak melarang kegiatan apapun yang dilakukan dus dalam kegiatan ekonomi asal berpedoman dan tidak bertentangan dengan prinsip- prinsip yang telah digariskan.

Prinsip hukum Islam yang mengacu pada Alquran dan Hadist, implementasinya membolehkan dilaksanakan sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman yang selalu dinamis dengan cara penafsiran, ijtihad baik yang tekstual maupun kontekstual. Nalar yang jernih dan nurani yang cerdas sangat diperlukan dalam rangka memahami kebenaran ayat-ayat Alquran dan Hadist demi kemaslahatan umat manusia. Hal ini senada dengan pernyataan Yusuf Qordhawi” Antara ilmu dan agama tidak bertolak belakang, namun memiliki pertalian, ilmu mendukung agama dan agama membuat berkah ilmu, karena kebenaran tidak akan bertentangan dengan kebenaran” (Muslich, 24:29). Mengacu pada pemikiran tersebut, berarti transaksi e-commerce sebagai trens bisnis baru di era ekonomi

¹⁰² Ahmad M.Ramli, 2007, *Menuju Kepastian Hukum di Bidang: Informasi dan Transaksi Elektronik*, Depkominfo RI, h. 24

modern ini, bukan merupakan aktivitas ekonomi yang dilarang oleh hukum Islam, walaupun transaksi model ini merupakan produk pemikiran Barat.

Menurut para ulama kontemporer, istilah e-commerce bisa dipersamakan dengan istilah perdagangan salam, yaitu jual-beli dimana barang yang dijual tidak kelihatan dzatnya, hanya ditentukan sifatnya yang masih dalam tanggungan si penjual.¹⁰³ Pendapat tersebut mengacu pada, kesamaan karakteristik antara *e-commerce* dengan jual-beli salam. Misalnya: ada konsumen (*consumers*); pedagang (*merchant*); barang sudah ada walaupun masih dalam tanggungan penjual ; uang dan; sighthat, yang dalam hal ini diilustrasikan dalam bentuk format baku dan kesepakatan ketika pembeli meng-klik kata "setuju" atau "OK". Perbedaannya hanya terletak pada, tidak bertemunya antara penjual dan pembeli dalam satu majelis.

Model perdagangan salam sebenarnya telah dikenal dalam Islam sejak lama. Menurut para ulama perdagangan salam, sah menurut hukum Islam apabila dilakukan dengan itikad baik; prinsip saling tolong menolong; saling ridla (tidak ada paksaan) dan; sesuai dengan rukun dan syarat.¹⁰⁴ Rukun jual-beli salam, antara lain: ada penjual dan pembeli, barang dan uang dan sighthat (lafalz Aqad). Sedangkan syarat jual-beli salam, antara lain: uang dibayar dimajlis akad (dibayar terlebih dahulu); barang menjadi utang si penjual; barang ada sesuai waktu yang diperjanjikan; barang jelas

¹⁰³ Haris Faulidi Asnawi, 2004, ***Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam***, Yogyakarta, Magistra Insania Press, h. 12

¹⁰⁴ Sulaiman Rasyid, 1976, ***Fiqh Islam***, Jakarta, Attahiriyah, h. 283

ukurannya, takaran, timbangan atau bilangan ; disebutkan sifatsifat barang secara jelas dan; disebut tempat menerimanya.

Hal tersebut dipertegas oleh Fatwa DSN MUI No: 05/DSNMUI/IV/2000 tentang jual-beli salam, yang menyatakan bahwa:

“Akad dalam jual-beli salam adalah sah apabila memuat secara rinci dan jelas mengenai ketentuan pembayaran dan ketentuan produk yang dijual sesuai dengan kesepakatan kedua pihak. Apabila dalam pelaksanaan akad tidak memenuhi isi yang telah diperjanjikan, maka pembatalan salam boleh dilakukan selama tidak merugikan kedua pihak”.

Akan tetapi, perkembangan segmentasi e-commerce walaupun membawa keuntungan bagi kedua pihak (pelaku usaha dan konsumen), tetap saja kelemahan di dunia maya lebih banyak dibanding dengan model transaksi konvensional. Misalnya , mengenai produk yang tidak diketahui sebelumnya secara nyata oleh konsumen; tidak bertemunya secara fisik antara penjual dan pembeli saat bertransaksi, sehingga apabila identitas masing-masing pihak tidak dicantumkan secara jelas akan merugikan keduanya terutama konsumen sebagai pihak yang bargaining positionnya lebih lemah dari pelaku usaha; perjanjian baku yang berat sebelah; produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang dipesan pada saat transaksi atau bahkan promosi barang tidak sama dengan produk yang dijual; tidak ada informasi yang jelas mengenai produk, karena dalam menawarkan produknya pelaku usaha hanya memperlihatkan gambar dan deskripsi produk tersebut; tidak adanya informasi label halal; terlambatnya

pengiriman barang; sulitnya claim apabila barang terlambat atau tidak sesuai pesanan.

Padahal dalam pembelian suatu produk, seorang konsumen pasti menginginkan, antara lain: informasi yang jelas mengenai produk yang akan dibeli; keyakinan bahwa produk yang dibeli tidak berbahaya baik bagi kesehatan maupun keamanan jiwanya; khusus bagi konsumen muslim diperlukan adanya informasi halal atas produk yang akan dibeli; produk yang dibelinya cocok sesuai dengan keinginannya, baik dari segi kualitas, ukuran, harga dan sebagainya; konsumen mengetahui cara penggunaannya; jaminan bahwa produk yang dibelinya dapat berfungsi dengan baik, tidak cacat atau rusak dan ; jaminan bahwa apabila barang yang dibeli tidak sesuai atau tidak dapat digunakan (cacat), maka konsumen memperoleh penggantian baik berupa produk atau uang. Kenyataan yang muncul, seringkali konsumen tidak memperoleh apa yang diharapkan secara maksimal, akibatnya konsumen merasa dirugikan. Realitas ini, tentu bertentangan dengan hukum Islam.

Islam sebenarnya telah memiliki aturan main dalam bertransaksi (melakukan akad), agar kedua pihak tidak saling dirugikan dan konsumen yang lemah bisa terlindungi.¹⁰⁵ Aturan main tersebut berupa asas-asas dalam bertransaksi (akad), antara lain:

¹⁰⁵ Neni Sri Hidayati, 2002, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam*, Bandung, Mandar Maju, h. 168

Pertama, asas ibahah (Mabda' al-Ibahah). Asas ini adalah asas umum dalam muamalat, yaitu: pada prinsipnya segala sesuatu itu boleh dilakukan sampai ada dalil yang melarangnya.¹⁰⁶ Oleh karena itu, transaksi e-commerce adalah sah apabila dilaksanakan sesuai syariat.

Kedua, asas kebebasan berakad (Hurriyyah at Ta'aqud). Setiap orang dapat membuat akad jenis apapun tanpa terikat pada nama-nama yang telah ditentukan dalam hukum Islam dan memasukan klausul apa saja sesuai dengan kepentingannya. sejauh tidak berakibat dan bertentangan dengan hal-hal yang batil. Firman Allah SWT: "Wahai orang-orang beriman, penuhilah akad-akadmu" (QS,5:1).

Ketiga, asas saling ridla (ar-Radha'iyah). Dalam Alqur'an Surat An Nissa : 29, Allah SWT berfirman yang artinya:

"Janganlah kamu makan harta sesamamu dengan cara batil, kecuali dengan cara tukar-menukar berdasarkan perijinan timbal-balik (kata sepakat) diantara kamu".

Hadist Nabi SAW, sebagaimana diriwayatkan Al Bukhori dan Ibnu Naajah juga mengatakan bahwa: "Lakukan kegiatan perniagaan dengan dasar sama-sama ridlo". Makna yang terkandung dalam Ayat dan Hadist tersebut kurang lebih adalah, dalam transaksi perniagaan, harus ada kesesuaian kehendak atau saling ridho antara keduanya. Dalam transaksi

¹⁰⁶ Samsul Anwar, 2007, *Hukum Perjanjian Syariah*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, h. 83

e-commerce kesepakatan atau keridloan dimulai ketika pembeli meng-klik "OK" dalam website penjual. Prinsip saling ridla mengindikasikan tidak adanya keterpaksaan antara kedua pihak yang melakukan transaksi dengan segala konsekuensi yang melingkupinya walaupun kontrak dilaksanakan dengan menggunakan formulir baku dan tidak saling bertemunya penjual dan pembeli.

Keempat, asas janji yang mengikat. Firman Allah SWT:

"Penuhilah janjimu, sesungguhnya janji itu akan dimintai pertanggungjawaban" (QS, 17:34).

Konsekuensi logis dari mengikatnya janji adalah pemenuhan hak dan kewajiban dari apa yang diperjanjikan. Secara embedded hak yang harus diperoleh dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh masing-masing pihak dalam konteks ini adalah: bagi pembeli membayar sejumlah uang sesuai dengan barang yang dipesannya dan; memberikan identitas lengkap sesuai dengan ketentuan yang disepakati. Sedangkan berkewajiban pelaku usaha yang menjadi hak konsumen adalah: memberikan informasi lengkap dan akurat mengenai produk yang di jual; mengirim produk sesuai pesanan dan tepat waktu; jaminan keamanan, keselamatan dan kehalalan produk untuk dikonsumsi; memberikan identitas lengkap pada produsen sesuai dengan kesepakatan, etika Islam dan peraturan yang berlaku.

Kelima, asas keseimbangan. Prinsip ini tercermin dalam larangan terhadap transaksi riba. Dalam melaksanakan transaksi antara para pihak harus seimbang dalam memikul resiko. Dalam transaksi e-commerce, prinsip ini lebih dibutuhkan, karena resiko dalam transaksi ini lebih besar dibandingkan dengan transaksi tradisional-konvensional, terutama bagi konsumen (pembeli) yang bargaining position lebih rendah. Misalnya, karena produk yang tidak diketahui sebelumnya secara nyata oleh konsumen saat bertransaksi bisa maka bisa saja produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang dipesan pada saat transaksi atau bahkan promosi barang tidak sama dengan produk yang dijual; tidak ada informasi yang jelas mengenai produk, karena dalam menawarkan produknya pelaku usaha hanya memperlihatkan gambar dan deskripsi produk tersebut; tidak adanya informasi label halal; terlambatnya pengiriman barang; sulitnya claim apabila barang terlambat atau tidak sesuai pesanan. Sehingga semua itu beresiko menimbulkan kerugian baik materi maupun non-materi bagi pembeli.

Keenam, asas kemaslahatan. Transaksi dilakukan tidak membawa kerugian dan memberatkan (masyaqqah) bagi kedua pihak secara khusus dan masyarakat pada umumnya.

Ketujuh, asas amanah. Asas ini terkait erat dengan prinsip kejujuran dan itikad baik dalam bertransaksi. Itikad baik adalah kemauan secara sadar dan bertanggungjawab untuk memenuhi dan melaksanakan isi

perjanjian dengan sebaik-baiknya sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Allah SWT berfirman:

“Penuhilah janji itu, sebab janji itu akan dipertanyakan”. Q.S. Al Isro’:34).

Ayat tersebut mengandung makna bahwa, setiap manusia akan dimintai pertanggungjawabannya dihadapan Allah SWT atas semua perbuatan yang dilakukannya. Aktivitas ekonomi dalam Islam, tidak hanya berhenti pada upaya mencari profit an sich, yang bersifat duniawi, akan tetapi sebagai ibadah untuk mencari kemuliaan dunia akhirat. Itikad baik dalam bisnis merupakan dasar dari bisnis itu sendiri. Dengan itikad baik akan menimbulkan hubungan baik dalam berusaha dan juga mempererat tali silaturahmi yang mendatangkan kemaslahatan dan kemanfaatan bagi semua umat. Prinsip Itikad baik dalam konteks ini, bertujuan untuk menghindari eksploitasi salah satu pihak yang hanya ingin mengeruk keuntungan dari pihak lain dengan cara-cara bathil. Cara-cara bathil disini misalnya: tidak jujur (gharar); penipuan (tadlis); rekayasa permintaan (bai’ najaty), rekayasa suply (ikhtitikar), merugikan dan mengelabui pihak lain(dharar) dan tidak transparan (jahalah), semuanya dimaksud untuk menguntungkan satu pihak saja.¹⁰⁷

Dalam konteks transaksi e-commerce, prinsip itikad baik lebih dibutuhkan daripada transaksi perdagangan konvensional, dengan asumsi

¹⁰⁷ Ahmad Najieh, 2004, *1001 Hadist Budi Luhur*, Jakarta, Pustaka Alumni, h. 16

tidak bertemunya penjual dan pembeli secara fisik dan barang juga masih ada dalam tanggungan merchant, sehingga memungkinkan terjadinya penipuan dan kecurangan. Misalnya, dengan sengaja memalsukan identitas (kasus konsumen iseng dan pelaku usaha fiktif); promosi produk yang tidak jujur atau sengaja menjual produk dengan cara menipu untuk menarik keuntungan yang banyak dari konsumen; memberikan informasi produk yang tidak benar dalam penawaran agar konsumen percaya dan membeli produk tersebut. Oleh karena itu, dengan itikad baik yang tumbuh menjadi sebuah kesadaran akan tanggungjawab, baik pada diri sendiri, masyarakat maupun kepada Allah SWT, Insyaallah perilaku sebagaimana ilustrasi di atas paling tidak bisa diminimalisir atau bahkan dihilangkan sama sekali.

Kedelapan, asas keadilan. Firman Allah SWT: “Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan taqwa” (QS,5:8).

Keadilan adalah tujuan yang seharusnya diwujudkan dalam perjanjian. Transaksi e-commerce yang dibuat dalam bentuk kontrak baku, seharusnya memperhatikan prinsip keadilan dengan cara, memberikan informasi yang jelas mengenai mekanisme transaksi ataupun aturan-aturan baku dalam bertransaksi. Misalnya tentang:

- (1) Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh konsumen dalam melakukan transaksi, seperti mengisi data pribadi dan alamat lengkap pada form yang ada pada website pelaku usaha;

- (2) Kesempatan bagi konsumen untuk mengkaji ulang transaksi yang akan dilakukan, hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan yang dibuat oleh konsumen. Seperti, adanya fasilitas cancel order atau batal atau *I don'Agree* yang dapat diklik oleh konsumen jika tidak ingin melanjutkan atau membatalkan transaksi;
- (3) Harga dari produk yang ditawarkan, apakah sudah termasuk ongkos kirim atau belum;
- (4) Informasi mengenai dapat atau tidaknya konsumen mengembalikan barang yang sudah dibeli beserta mekanismenya. Hal ini sangat penting dimengerti oleh konsumen, karena tidak semua barang yang menjadi pesannya itu diterima dengan sempurna, ada kemungkinan rusak pada saat pengiriman ataupun barang tersebut cacat produksi. Sehingga konsumen dapat mengembalikan barang tersebut sesuai dengan mekanisme yang telah ditentukan oleh pelaku usaha dan konsumen mendapatkan barang yang baru lagi;
- (5) Mekanisme penyelesaian sengketa. Hal ini sangat penting diinformasikan dengan jelas oleh pelaku usaha kepada konsumen, karena tidak selamanya suatu transaksi berjalan dengan lancar, adakalanya sengketa antar pelaku usaha dengan konsumen terjadi;
- (6) Jangka waktu pengajuan klaim yang wajar (*reasonable time*);
- (7) Adanya rekaman transaksi (*record of transaction*) yang setiap saat bisa diakses oleh konsumen, sehingga dapat dijadikan suatu bukti di

persidangan jika terjadi sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

Misalnya, *fasilitas History Transaction*;

(8) Mekanisme pengiriman barang yang jelas dan ;

(9) Jaminan keamanan dalam bertransaksi.

Kedelapan asas tersebut, bisa dijadikan sebagai *rule of the game* dari sisi transaksi. Sedangkan dari sisi produk, aturan main yang harus diperhatikan antara lain:

1. Prinsip kejelasan informasi produk.

Prinsip kejelasan informasi produk, misalnya : jujur dalam takaran; menjual barang yang halal; menjual barang yang baik mutunya; tidak boleh menyembunyikan barang yang cacat dan dilarang sumpah palsu (Abdul Manan Hamzah, 2002: 167).¹⁰⁸

Sebagaimana diketahui dalam realitas dunia perdagangan macam apapun, seringkali para pedagang dengan maksud mengambil untung yang banyak mengatakan kepada pembeli bahwa produk yang dijualnya berkualitas No.1, paling bagus dan lain-lain. Bahkan dalam dunia perniagaan perilaku tidak jujur seperti: mengurangi timbangan dan menyembunyikan cacat atas suatu barang, sudah menjadi kebiasaan yang merasuk dalam daging bahkan menjadi perilaku hampir semua pedagang, muslim sekalipun. Kondisi yang pertama, dalam etika bisnis Islam

¹⁰⁸ Abdul Manan Hamzah, 2002, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta, Dana Bakti Wakaf, h. 167

dinamakan sumpah palsu dan dilarang. Salah satu Hadist Nabi yang melarang sumpah palsu dalam aktivitas perniagaan, sebagaimana diriwayatkan oleh Abu Hurairah, yaitu:

“Janganlah kamu menggunakan sumpah palsu dalam perniagaan, dengan sumpah palsu barang-barang jadi terjual, tapi akan menghilangkan berkah yang terkandung di dalamnya”.

Sedangkan mengenai larangan mengurangi timbangan secara tegas

Alquran menyebutkan:

“Kecelakaan besar bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka meminta dipenuhi. Dan apabila mereka menukar atau menimbang untuk orang lain mereka mengurangi” (Q.S Al Mutaffifin: 2-7).

Informasi yang benar dan jelas atas suatu produk menjadi hal yang penting dalam setiap transaksi, apalagi transaksi dunia maya (virtual transaction) seperti e-commerce. Hal tersebut dimaksudkan untuk melindungi konsumen. Kejelasan informasi produk seharusnya meliputi: label halal; kuantitas dan kualitas produk; keamanan, kenyamanan dan keselamatan produk; kelemahan dan kelebihan produk (keistimewaan atau kemanjuran); harga/tarif; ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya, Misalnya: berat bersih, isi bersih atau netto dan ukuran L/M/S untuk baju; dan tanggal kadaluarsa (untuk kosmetik, parfum dan obat-obatan); komposisi produk; proses pengolahan; aturan pakai; tanggal pembuatan; akibat sampingan dan ; petunjuk penggunaan produk dalam bahasa yang dimengerti oleh konsumen.

Dengan kejelasan informasi produk, tidak hanya membantu konsumen untuk yakin akan produk yang ditawarkan, akan tetapi juga memberikan keuntungan pada pelaku usaha agar perusahaannya tetap eksis. Hadist Nabi terkait dengan hal ini, diriwayatkan oleh Abu Hurairah yang artinya: “Rasulullah SAW melarang jual-beli yang mengandung kesamaran”. Kesamaran atau ketidakjelasan yang dibuat oleh salah satu pihak dengan maksud untuk mengelabui atau tidak sekalipun dalam etika bisnis Islam dilarang, walaupun dalam perjanjian sudah ada kesepakatan antara kedua orang yang bertransaksi. Jual-beli semacam ini disebut dengan ba’ul ghoror. Biasanya kesamaran (taghrir), terkait dengan kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan.

2. Prinsip pengembalian barang cacat.

Dalam transaksi e-commerce dan transaksi jual-beli konvensional lainnya, bisa saja produk yang dikirim mengandung cacat tersembunyi atau tidak sesuai dengan pesanan dan kesepakatan baik mengenai jumlah, mutu maupun harga. Cacat produk biasanya baru diketahui kemudian hari. Hukum dan etika bisnis Islam, membolehkan untuk mengembalikan barang apabila barang yang dibeli itu cacat, dengan ketentuan pengembalian barang yang cacat, seharusnya disepakati lebih dahulu pada saat aqad.¹⁰⁹

Pemikiran tersebut senada dengan Sulaiman Rasyid, bahwa pembeli boleh mengembalikan barang yang dibelinya, apabila barang yang

¹⁰⁹ Buchari Alma. 2003, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, h. 121

dibelinya cacat yang mengurangi kualitas, kuantitas maupun harga barang. Mengembalikan barang yang cacat hendaklah dengan segera, karena melalaikan hal itu berarti ridha dengan barang yang cacat, kecuali sebab ada halangan.¹¹⁰ Hal ini pernah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW sebagaimana yang diriwayatkan oleh Aisyiah r.a. Ketika Beliau berdagang dan membeli sekantong gandum, yang diluarnya nampak bagus tetapi ketika tangannya dimasukkan ternyata mutunya jelek, karena telah diperjanjikan sebelumnya maka beliau mengembalikannya dan memperoleh pengganti sebagaimana kesepakatan pada saat aqad.

Dalam transaksi e-commerce, dimana produk secara fisik belum diketahui pada saat aqad terjadi, maka dalam klausul bakunya harus dicantumkan dengan jelas dan tegas ketentuan mengenai penggantian dan pengembalian barang apabila terjadi cacat tersembunyi atau cacat karena tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, yang diketahui setelah barang dikirim ke pembeli. Atau secara lebih tegas lagi secara yuridis harus dicantumkan mengenai pertanggungjawaban produk (produk liability), yaitu tanggungjawab pelaku usaha atas produk yang dijualnya dalam peredaran sehingga menimbulkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.¹¹¹

Konsekuensi dari tanggungjawab produk tidak hanya bersifat perdata dan administrasi, akan tetapi juga konsekuensi pidana karena

¹¹⁰ Sulaiman Rasyid, 1976, *Fiqh Islam*, Jakarta, Attahiriyah, h. 227

¹¹¹ Az.Nasution, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta, Daya Widya, h. 188

dianggap sebagai perbuatan melawan hukum (*tort*). Selain demi kepentingan konsumen, bagi pelaku usaha hal tersebut dilakukan untuk membangun kepercayaan. Sebagaimana diketahui, bisnis dunia maya adalah bisnis yang berbasis kepercayaan, oleh karena kredibilitas merchant harus benar-benar dipertahankan untuk menarik konsumen.

3. Prinsip halalan toyyhiban.

Dalam Islam, setiap aktifitas yang dilakukan oleh manusia harus dalam konteks niat beribadah, mencari rahmad dan ridla Allah SWT. Dalam jual beli produk dan mengkonsumsi produk sekalipun, harus berfikir untuk mencari ridla Allah SWT. Islam melarang melakukan jual – beli dengan objek yang terlarang (*haram*). Misalnya: minuman keras, mengandung minyak babi dan obat-obatan terlarang dan hal-hal yang diharamkan oleh syariat, karena semua itu sangat merugikan konsumen terutama dampaknya terhadap kesehatan dan kehidupan umat manusia. Oleh karena itu, prinsip halalan toyyhiban menjadi hal yang penting dan mutlak dalam rangka perlindungan konsumen. Allah SWT berfirman yang artinya:

“Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapaat dibumi, dan janganlah mengikuti langkah-langkah syaitan” (Qs. AlBaqarah: 168).

Bahkan terkait dengan kehalalan produk dalam salah satu Hadist Nabi dinyatakan bahwa: “Apabila Allah mengharamkan suatu barang, maka haram untuk diperjualbelikan”. Ayat dan Hadist tersebut bermaksud mengingatkan pada umat manusia, bahwa apa yang kita makan, pakai atau

konsumsi akan menjadi suatu berkah apabila barang tersebut halal dan baik.

C. Pengaturan Hukum Bisnis Digital (*E-Commerce*) Dalam Persaingan Sehat Di Indonesia.

Pengaturan e-commerce dalam hukum Indonesia terbilang masih terbatas. Salah satu pengaturan e-commerce adalah dalam Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik. Undang-Undang ITE merupakan gerbang harmonisasi hukum konvensional dan hukum pada era digital. Undang-Undang ITE mengatur dua hal utama dalam kegiatan internet, yaitu memberikan jaminan keamanan hukum bagi para pelaku bisnis online (pelaku usaha dan konsumen) sehingga proses transaksi dapat berjalan dengan lancar, aman dan nyaman, serta mengatur tentang hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan di internet. Perlindungan hukum tersebut dicantumkan dalam pasal 5, 6, 11, 12, 13, 14, 15, dan 16 Undang-Undang ITE. Namun dalam Undang-Undang ITE masih memerlukan peraturan pelaksana turunan sebagai juklak dalam penerjemahan implementasi Undang-Undang transaksi Elektronik itu sendiri. Undang-Undang ITE masih bersifat teknis dalam arti belum menyentuh aspek perdagangan dan ekonomi.

Beberapa prinsip yang harus ditegakkan sebagai solusi penegakan perlindungan hukum dalam transaksi elektronik adalah perlunya secara

konsisten upaya terus menerus untuk menerapkan prinsip-prinsip di bawah ini sebagai langkah konkrit :¹¹²

1. Menegakkan larangan yang dikategorikan sebagai tindakan pelaku usaha yang dapat menghambat perdagangan.
2. Larangan bagi tindakan pelaku usaha yang mengakibatkan berkurangnya persaingan mengandung hak setiap anggota masyarakat untuk diperbolehkan menjalankan aktivitas ekonomi.

Untuk mengakomodir berbagai perkembangan dan kemajuan dalam transaksi elektronik, maka diperlukan adanya amandemen Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 agar dapat mencakup transaksi dalam industri e-commerce. Peraturan e-commerce perlu mencakup aspek ekonomi dan perdagangan serta tugas dan kewenangan KPPU dalam hal terjadi praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam industri e-commerce.

Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menjelaskan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, definisi pelaku usaha masih terbatas pada pelaku usaha yang melakukan kegiatan usahanya dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia. Dengan pengaturan

¹¹² Endang Purwaningsih, 2015, *Hukum Bisnis*, Bogor, Ghalia Indonesia, h. 68

demikian, seringkali pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha diluar wilayah Indonesia, dapat menggunakan Pasal 1 angka 5 UndangUndang Nomor 5 Tahun 1999 untuk lepas dari cakupan KPPU.

Untuk itu, diperlukan adanya pengaturan yang lebih luas, agar KPPU memiliki kewenangan untuk melakukan pengawasan tidak hanya terhadap pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di Indonesia, namun juga terhadap pelaku usaha yang berada di luar wilayah Indonesia yang mempengaruhi perekonomian Indonesia. Dalam Pasal 1 angka 4 Rancangan Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, definisi pelaku usaha sebagai berikut:

Pesatnya perkembangan dunia usaha adakalanya tidak diimbangi dengan “penciptaan” rambu-rambu pengawas. Dunia usaha yang berkembang terlalu pesat sehingga meninggalkan rambu-rambu yang ada jelas tidak akan menguntungkan pada akhirnya. Apabila hukum tidak ingin dikatakan tertinggal dari perkembangan bisnis dan dunia usaha, maka hukum dituntut untuk merespon segala seluk beluk kehidupan dunia usaha yang melingkupinya sebagai suatu fenomena atau kenyataan sosial. Itu berarti, peran hukum menjadi semakin penting dalam menghadapi problema-problema dunia usaha yang timbul seperti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.¹¹³

¹¹³ Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 2006, *Anti Monopoli*, Jakarta, Rajawali Pers, h.1

Pemerintah Republik Indonesia dan DPR Pada tanggal 5 Maret 1999, akhirnya mengeluarkan suatu peraturan perundang-undangan tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dalam suatu Undang-Undang, yaitu Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 yang disahkan pada tanggal 5 Maret 1999 oleh Presiden B.J. Habibie di awal era reformasi. Pengesahannya tidak terlepas dari pelaksanaan amanat ketetapan MPR Nomor X/MPR/1998 tentang pokok-pokok Reformasi pembangunan dalam rangka penyelamatan dan Normalisasi Kehidupan Nasional sebagai haluan Negara dan ketetapan MPR tersebut mengamatkan perlunya mengujudkan perekonomian yang lebih efisien dan kompositif dan persaingan tidak sehat yang dapat menghambat kegiatan usah pelaku usaha pesaing dalam pasar yang bersangkutan.¹¹⁴

Yang Dalam Undang-Undang tersebut dimaksud dengan Monopoli adalah:

“Penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang atau atas penggunaan jasa tertentu oleh suatu pelaku atau suatu kelompok pelaku usaha”. Sedangkan yang dimaksud dengan persaingan usaha tidak sehat adalah “persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.”¹¹⁵

¹¹⁴ Rachmadi Usman, 2013, *Hukum Acara Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta, Sinar Grafika. Cet.1, h. 1

¹¹⁵ Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 2006, *Anti Monopoli*, Jakarta, Rajawali Pers, h.15

Sebelum Lahirnya Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat perangkat hukum yang digunakan adalah .

1. KUH Pidana, Pasal 382 bis Larangan dan ancaman pidana bagi pihak yang melakukan perdagangan curang.
2. KUH Perdata, Pasal 1365 Setiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian pada orang lain mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian tersebut untuk memberi ganti rugi.
3. Undang-Undang Pokok Agraria Nomor 5 Tahun 1960, Pasal 13 Monopoli di bidang pertanahan harus dicegah.
4. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992/ UU No.14 Tahun 1997 tentang Merek Pasal 81 dan 82 Ancaman pidana bagi perbuatan curang dalam pemakaian merek.
5. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian Pasal 7 (3) Mencegah pemusatan atau penguasaan industri oleh salah satu kelompok atau perorangan dalam bentuk monopoli yang merugikan masyarakat.
6. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas Pasal 104 Ayat 1 Mencegah kemungkinan terjadinya monopoli atau yang merugikan masyarakat akibat penggabungan, peleburan dan pengambil alihan perusahaan.

7. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal Pasal 10 Melarang adanya ketentuan yang menghambat adanya persaingan sehat dalam pasar modal.
8. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil Pasal 8 (b) Mencegah pembentukan struktur pasar yang dapat melahirkan persaingan yang tidak wajar dalam bentuk monopoli, oligopoli, dan monopoli yang merugikan usaha kecil.
9. Peraturan Pemerintah (PP) No. 27 Tahun 1998 tentang Penggabungan, Peleburan dan Pengambilalihan Perseroan Terbatas Pasal 4(1b) Penggabungan, peleburan dan pengambilalihan perusahaan, hanya dapat dilakukan dengan memperhatikan kepentingan masyarakat dan persaingan sehat.
10. Peraturan Pemerintah (PP) No. 70 Tahun 1992 tentang Bank Umum. Pasal 15 (1) Merger dan konsolidasi hanya dapat dilakukan setelah ada izin dari Menteri Keuangan.

E-commerce dapat menciptakan persaingan usaha yang kompetitif atau disebut dengan pasar persaingan sempurna dimana terdapat banyak penjual, terdapat banyak pembeli dan barang yang dijual sama. Hadirnya E-Commerce menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk barang dan/atau jasa yang dihasilkan serta berusaha untuk terus meminimalkan harga supaya dapat dijangkau oleh konsumen.¹¹⁶ Pada UU

¹¹⁶ Hotana, M. S, 2018, *Industrio E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha*, Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune, 1(1), h. 29.

5/1999 terdapat prinsip "*Rule of Reason* dan prinsip *Per se Illegal* (*Per se Violations* atau *Per se Rule*). Adapun prinsip "*Rule of Reason*" dan "*Per se Illegal*" diterapkan dalam bidang hukum persaingan usaha digunakan untuk menilai apakah suatu kegiatan maupun perjanjian yang dilakukan oleh pelaku usaha telah atau berpotensi melanggar UU 5/1999 atau tidak. Berdasarkan Pasal 17 UU 5/1999 menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Ketentuan dalam UU 5/1999 lebih menekankan bahwa akibat perbuatan monopoli, sehingga menggunakan prinsip "*Rule of Reason*", yaitu dengan mempertimbangkan apakah perbuatan yang dilakukan pelaku usaha mengakibatkan terjadinya praktik monopoli atau menghambat persaingan usaha tidak sehat.

Persaingan usaha dibidang perdagangan secara elektronik merupakan syarat mutlak atau imperatif bagi terselenggaranya ekonomi pasar. Berdasarkan hal tersebut disadari pentingnya peran KPPU untuk melaksanakan penegakan hukum di era ekonomi digital. KPPU merupakan badan independen yang tidak dapat dipengaruhi oleh pihak manapun, bahkan oleh pemerintah sendiri yang dikhawatirkan akan terciptanya suatu benturan kepentingan dalam memproses, memutus atau melakukan penyidikan suatu perkara sebagaimana diatur dalam Pasal 36 ayat (6) jo Pasal 36 ayat (7) UU 5/1999.

Peraturan pemerintah yang mengatur e-commerce adalah Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). PP PMSE diterbitkan untuk mendorong perkembangan e-commerce di Indonesia, seperti meningkatkan perdagangan produk dalam negeri dan ekspor secara daring. Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) ini diterbitkan untuk mendorong perkembangan e-commerce (niaga elektronik atau niaga-el) yang berkelanjutan di tanah air. Selain itu, untuk meningkatkan perdagangan produk dalam negeri dan mendorong peningkatan ekspor secara daring (online). Sejumlah pengaturan dalam PP PMSE yaitu aspek perlindungan bagi konsumen; perlakuan yang seimbang antara pelaku usaha asing dengan pelaku usaha lokal dan pelaku usaha luring dengan pelaku usaha daring; kepastian berusaha; serta aspek-aspek yang dapat mendorong pertumbuhan sektor niaga-el di Indonesia.

Pengaturan ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang terlibat dalam transaksi niaga-el serta terus mendorong pertumbuhan niaga-el Indonesia sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian nasional. Poin lain yang diatur dalam PP Nomor 80 Tahun 2019 yaitu perizinan usaha. Para pelaku usaha wajib memiliki izin usaha. Pelaku Usaha PMSE sendiri terbagi atas pedagang, penyelenggara melalui sistem elektronik (PPMSE), dan penyedia sarana perantara (PSP). Pedagang adalah pelaku usaha yang memanfaatkan sarana berdagang daring yang disediakan oleh

PPMSE, PPMSE adalah pelaku usaha yang menyediakan sarana untuk berdagang online, sedangkan PSP adalah pelaku usaha yang hanya menyediakan sarana komunikasi elektronik dan berfungsi sebagai perantara dalam Komunikasi Elektronik antara pengirim dengan penerima.

PP PMSE mengatur berbagai hal terkait e-commerce, di antaranya:

- 1) Peran pelaku usaha, penyelenggara perdagangan, dan penyelenggara sarana draf perantara
- 2) Perizinan untuk pelaku usaha dan penyelenggara transaksi perdagangan
- 3) Kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan kontrak digital
- 4) Ketentuan terkait perlindungan data pribadi
- 5) Ketentuan terkait pembayaran
- 6) Ketentuan terkait pengiriman barang dan jasa
- 7) Ketentuan terkait penukaran barang atau jasa
- 8) Ketentuan terkait pembatalan pembelian
- 9) Ketentuan terkait penyelesaian sengketa
- 10) Ketentuan terkait pembinaan dan pengawasan

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada pasal 13 menyebutkan:

- 1) Dalam melaksanakan kegiatan PMSE, PPMSE harus berperan aktif dalam:
 - a. Memberikan kesempatan berusaha yang sama bagi Pedagang (Merchant); dan
 - b. menjaga harga Barang dan/atau Jasa bebas dari praktik manipulasi harga baik secara langsung maupun tidak langsung.
- 2) PPMSE harus melakukan upaya mengawasi, mencegah, dan menanggulangi segala bentuk praktik persaingan usaha yang tidak

sehat dan/atau praktik manipulasi harga baik secara langsung maupun tidak langsung yang dituangkan dalam standar operasional prosedur.

- 3) Dalam menjaga persaingan usaha yang sehat sebagaimana dimaksud pada ayat (2), PPMSE wajib memastikan:
 - a. tidak adanya keterhubungan atau interkoneksi antara Sistem Elektronik yang digunakan sebagai sarana PMSE dengan Sistem Elektronik yang digunakan di luar sarana PMSE; dan
 - b. tidak terjadi penyalahgunaan penguasaan data penggunanya untuk dimanfaatkan oleh PPMSE dan/atau perusahaan yang berafiliasi dalam Sistem Eelektroniknya.
- 4) Dalam hal terjadi dugaan persaingan usaha yang tidak sehat antar pedagang dan/atau praktik manipulasi harga baik secara langsung maupun tidak langsung, PPMSE harus berkoordinasi dengan lembaga yang menangani bidang persaingan usaha dalam jangka waktu 3 (tiga) hari kerja sejak ditemukan adanya dugaan dan/atau laporan yang diterima oleh PPMSE.