

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

E-commerce mengalami perkembangan yang begitu pesat beberapa tahun terakhir ini, yang bisa menjadi prospek bisnis besar pada dunia perdagangan. Berdasarkan riset A.T Kearney¹ Indonesia yang penduduknya lebih dari 240 jt orang pada tahun 2013, memiliki pasar *e-commerce* sebesar US \$ 1,3. Indonesia yang memiliki pengguna internet mencapai 39 juta, sekitar 5 juta atau 12 % diantaranya memakai internet sebagai media bertransaksi, merupakan pasar potensial bagi bisnis *e-commerce*. Asia salah satu pasar yang potensial bagi perkembangan *e-commerce*, terutama Cina dan negara ASEAN. Perkembangan *e-commerce* diperkirakan di ASEAN dari tahun 2013 hingga 2017 mencapai 25%, yang mengungguli perkembangan pasar *e-commerce* di Amerika Serikat yang hanya 11 % dan negara Uni Eropa sebesar 11 % . Industri konvensional diprediksi akan disalip oleh industri *e-commerce*. Pernyataan ini masuk akal jika dilihat dari kelebihan industri *e-commerce* , jangkauan pasar yang luas dan biaya operasional lebih murah. Perusahaan tidak diharuskan membuka toko dan memasang iklan promosi di berbagai media untuk memperkenalkan produknya. Perusahaan hanya cukup dengan menciptakan website yang berisi informasi perusahaan, beserta produk-produknya dengan biaya yang murah. Perdagangan *e-commerce* di Indonesia diharapkan dapat terus berkembang, bukan hanya sebagai

¹ Dedy Pariadi, “Pengawasan *E-commerce* Dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, Jurnal Hukum dan Pembangunan, Vol.48, No.3 (MEI,2018) hlm 652 – 665.

pendukung perekonomian Indonesia, namun menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia di era digital ekonomi.²

E-commerce sendiri yaitu suatu bentuk menjual barang atau jasa melalui internet. Peningkatan pemakai internet membuat pesatnya pertumbuhan internet. Industri perdagangan digital juga mengalami perkembangan pesat,, yang membuat banyaknya muncul situs web *e-commerce* yang di buat oleh pelaku usaha untuk menciptakan bisnis *online*. Perkembangan bentuk-bentuk kegiatan jual beli melalui online menyebabkan banyaknya inovasi-inovasi yang di kembangkan pelaku usaha. Berbicara mengenai *e-commerce* tidak saja mengenai toko online yang menjual produk atau layanan, namun banyak macam-macam jenis *e-commerce* salah satunya *consumer to consumer* yang nanti peneliti teliti .

Ahli hukum bersepakat bahwa hukum harus selalu dinamis dan tidak boleh statis, serta harus dapat memberi pengayoman kepada masyarakat untuk terciptanya ketertiban dan keadilan.³ Dalam perkembangan *e-commerce* yang sangat pesat, dibutuhkan peraturan yang menunjang agar terjadi kesamaan kesempatan dalam berdagang antar pelaku usaha. Dalam mengatur perdagangan, sesuai amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 33 menyebutkan bahwa: ⁴

- (1.)“Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan,
- (2.)Cabang-cabang produksi yang penting bagi Negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh Negara,

² Harmayani, Durahman dkk, *E-Commerce Suatu Pengantar Digital*:Yayasan Kita Menulis, 2020.hlm 7

³ Ermansjah,Djaja. *Penyelesaian Sengketa Hukum Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik* ,Pustaka Timur. Yogyakarta 2010 hlm. 1

⁴ Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

- (3.) Bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat,
- (4.)Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional dan;
- (5.)Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pasal ini diatur dalam undang-undang”.

Dalam mengatur perdagangan diharapkan sesuai amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 33 “ Perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan,dan di selenggarakan perekonomian dengan berkeadilan”. Pelaku usaha diharapkan dapat berkompetisi dengan sehat seperti memberikan inovasi-inovasi dalam produk usahanya untuk lebih unggul, bukan dengan menjatuhkan lawannya menggunakan cara yang dilarang Undang-Undang.

Pemerintah Indonesia membuat Undang-Undang No.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan yang merupakan manifestasi keinginan untuk memajukan sektor perdagangan dengan mengedepankan kepentingan nasional. Pasal 2 huruf (a) Undang-Undang Perdagangan menyebutkan bahwa.:⁵

“Kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional”.

Kepentingan nasional tersebut meliputi: memajukan pertumbuhan ekonomi, memajukan daya saing perdagangan, melindungi produksi dalam negeri, memperluas pasar tenaga kerja, perlindungan konsumen, menjamin kelancaran/ketersediaan barang dan jasa, penguatan UMKM dan lain sebagainya. Ruang lingkup pengaturan mengenai perdagangan yang diatur didalam UU No.7

⁵ Pasal 2 Undang-Undang No.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Tahun 2014 Tentang Perdagangan salah satunya perdagangan melalui sistem elektronik.⁶

Dalam perkembangannya UU No.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan sudah dirasa tidak sanggup mengatur perdagangan melalui sistem elektronik, yang disebabkan semakin pesat perkembangannya. Munculnya berbagai inovasi-inovasi yang diberikan pelaku usaha, membuat isi pengaturan pada perdagangan melalui sistem elektronik harus diperluas. Pemerintah dalam mengatasi itu membuat aturan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik sesuai amanat pasal 66 Undang-Undang No.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Terdapat penambahan beberapa aturan dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Peraturan tersebut diharap mampu mengatasi permasalahan-permasalahan yang muncul akibat pesatnya perkembangan perdagangan melalui sistem elektronik, salah satunya permasalahan mengenai diskon harga

Diskon adalah pengurangan harga yang di berikan kepada pelanggan oleh perusahaan. Perusahaan saat ini mengandalkan metode penjualan diskon, agar konsumen lebih tertarik membeli barang tersebut. Pemberian diskon merupakan hal yang biasa dilakukan, karena diskon salah satu strategi promosi dalam perdagangan. Pemberian diskon yang dilakukan pelaku usaha dapat mengenalkan produk barunya atau mengurangi kerugian yang dapat di alami. Dalam produk makanan sebelum melewati tanggal kadaluarsa biasanya pelaku usaha melakukan diskon harga, fungsi dari diskon harga sebagai berikut:

⁶ Deky Pariadi, “*Pengawasan E-commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*”, Jurnal Hukum dan Pembangunan, Vol.48, No.3 (MEI,2018), hal.665

- a. Meningkatkan penggunaan produk baru
- b. Membujuk pelanggan lama untuk membeli lebih banyak produk
- c. Meyakinkan pelanggan untuk mencoba produk lama perusahaan

Pemberian diskon harga dalam satu sisi membantu pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya lebih cepat, namun disisi lain diskon juga dapat merugikan pelaku usaha jika tujuannya untuk melakukan jual rugi.

Jual rugi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan pelaku usaha dengan memberikan harga jual dari barang dan atau jasa yang diproduksinya di bawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost*). Keuntungan yang di dapatkan pelaku usaha biasanya jika ia memberikan harga jual barang atau jasa yang dibuatnya di atas biaya total rata-rata, atau dapat menutup biaya produksi bila menetapkan harga persis sama dengan biaya total rata-rata. Penetapan harga di bawah biaya total rata-rata (ATC) masih dapat dikatakan sebagai *reasonable price*, jika masih berada di atas biaya variable rata-rata (*Average Variable Cost*), pada kondisi tersebut tetap masih ada gunanya bagi pelaku usaha untuk memberikan diskon. Pelaku usaha yang memberikan diskon pada harga di bawah biaya variabel rata-rata (AVC), dapat dikatakan harganya tidak masuk akal,. Jual rugi yang diberikan pelaku usaha bisa dicurigai memiliki niatan tertentu. Praktik jual rugi biasanya dimaksudkan pada 5 (lima) tujuan utama, yaitu:⁷

1. “Mematikan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkutan yang sama,
2. Membatasi pesaing dengan memberlakukan harga jual rugi sebagai *entry barrier*,
3. Memperoleh keuntungan besar di masa mendatang,

⁷ Peraturan KPPU Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia

4. Mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu, atau
5. Merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi pemasaran”.

Pemberian diskon sendiri merupakan jual rugi yang bisa dimaklumi jika dalam pemberiannya, dimaksudkan mengurangi kerugian di masa lalu atau harga promosi yang diberikan perusahaan untuk memperkenalkan produk baru. Pelaku usaha jika dalam memberikan diskon harga dimaksudkan untuk mematikan pesaing di pasar yang sama dan membatasi pesaing dengan memberikan diskon agar tidak masuk ke pasarnya, hal ini yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha pada perdagangan.

Diskon sejatinya mempunyai sudut pandang yang baik di mata konsumen dan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Konsumen mendapatkan keuntungan dengan pemberian diskon yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha juga mendapat keuntungan dengan pemberian diskon kepada konsumen. Dalam perkembangannya tidak sedikit pelaku usaha menggunakan cara curang untuk menguasai pasar suatu produk salah satunya dengan pemberian diskon harga.

Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi⁸ menyampaikan “hasil penelitian lembaga internasional tentang kehancuran kegiatan UMKM di sektor fashion Islam di Indonesia. Pada tahun 2016-2018 terdapat produsen hijab yang mengalami kemajuan dengan mempekerjakan lebih dari 3.400 orang pegawai, dan pada tahun 2018 perusahaan tersebut disadap oleh *Artificial Intelligence* (AI yang

⁸ Yohana Artha Uly,”Buka-bukaan Mendag Lutfi soal Permainan curang di E-Commerce.<https://money.kompas.com/read/2021/03/05/091505326/buka-bukaan-mendag-lutfi-soal-permainan-curang-di-e-commerce?page=all> diakses pada 22 September 2021

kemudian digunakan perusahaan digital asing. Informasi mengenai produk UMKM tersebut diambil dan dibuat produksinya di Cina yang kemudian diekspor ke Indonesia”.

" Pelaku usaha luar negeri membayar 44.000 dolar AS sebagai bea masuk tetapi menghancurkan industri UMKM tersebut. Padahal, biaya gaji pegawai UMKM itu dalam setahun lebih dari 650 ribu dolar AS,"

“Kemendag akan regulasi aturan diskon, jadi tidak bisa sembarangan. Alasannya diskon, tapi sebetulnya predatory pricing maka itu akan dilarang dan lebih ketat mengawasinya, untuk memastikan perdagangan di Indonesia menciptakan keadilan dan bermanfaat."

Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi⁹ menegaskan pemberian aturan mengenai diskon dilakukan untuk membenahi perdagangan supaya terjadi pertukaran yang baik antara penjual dan pembeli dan buka bentuk proteksionisme, yang dapat merugikan negara .langkah ini bukan bentuk proteksionisme, karena itu akan merugikan negara.

"Diskon itu bukan hal tabu di dalam perdagangan, tapi kalau niatnya menghancurkan itu yang tidak boleh. Pelaku usaha jika memberikan diskon boleh, tapi tidak dengan membakar uang untuk menghancurkan kompetisi,".

Terkait hal tersebut, maka memunculkan isu hukum mengenai pemberian diskon pelaku usaha yang dilakukan pada platform *e-commerce* dengan tidak tegasnya aturan mengenai pemberian diskon pada PP No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebabkan penyedia layanan platform *e-commerce* dapat memberikan fitur diskon yang berbeda-beda

⁹ Mr. Brownstone. Predatory Pricing Berkedok Diskon di E-Commerce Matikan UMKM, Ini Kata Shopee, dikutip dari <http://klikus.sragenkab.go.id/artikel/detail/30> diakses pada 22 September 2021

berdampak pada mudahnya pelaku usaha dalam memberikan diskon harga yang berpotensi merugikan pelaku usaha lain

Dengan memperhatikan penjelasan di atas, untuk itu penulis ingin mengkaji permasalahan tersebut dengan judul : **PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PEMBERIAN DISKON HARGA YANG DI LAKUKAN PELAKU USAHA E-COMMERCE INDONESIA**

1.2 Rumusan Masalah :

Apakah pelaku usaha yang memberikan diskon harga pada *platform e-commerce* di Indonesia berpotensi merugikan pelaku usaha lain dalam perdagangan melalui sistem elektronik ?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan penelitian hukum ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas adalah:

Mengetahui apakah pemberian diskon harga pada *platform e-commerce* berpotensi merugikan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi yang berguna menambah wawasan dan referensi dalam kajian hukum perdagangan,

khususnya mengenai pemberian diskon harga pada *platform e-commerce* di Indonesia

2 Kegunaan Praktis

1. Hasil Penelitian ini diharapkan bisa untuk menambah wawasan pengetahuan masyarakat mengenai pemberian diskon harga pada *platform e-commerce* berpotensi merugikan pelaku usaha.
2. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pemerintah dan pejabat berwenang sebagai bahan pertimbangan apabila ingin melakukan perbaikan dalam “PP No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”.

1.5 Keaslian Penelitian

Sebagai jaminan keaslian dari penelitian tugas akhir, peneliti melakukan pencarian terhadap beberapa tulisan terdahulu dengan tema yang sama namun pembahasan pokoknya yang berbeda. Pencarian ini dapat dilakukan sebagai bukti keaslian pada penelitian sebagai bentuk tanggung jawab peneliti dalam menulis tugas akhir ini dengan menelusuri dan menemukan beberapa karya ilmiah mengenai tema ini, diantaranya yaitu:

Tabel : Penelitian Sebelumnya

NO	Nama	Judul	Rumusan Masalah	Persamaan	Perbedaan
1	Dwamy Trezaryo Junansyah, Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran Bandung,2019	Praktik Promosi Flash Sale Pelaku Usaha E-Commerce Dikaitkan Dengan Undang- Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat	1.Bagaimana promosi dengan metode flash sale yang dilakukan oleh pelaku usaha e- commerce ditinjau berdasarkan Undang- Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat? 2. Bagaimana penegakan hukum persaingan usaha terhadap praktik promosi	Penelitian ini membahas a praktik promosi pelaku usaha e- commerce pada consumer to consumer (C2C)	Penelitian ini membahas praktik promosi dengan menggunakan Flash Sale yang berbeda dengan diskon dan dikaitkan dengan Undang- Undang Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

			dengan metode flash sale oleh pelaku usaha e-commerce?		
2	Mutiara Kurniasari,,Universitas Muhammadiyah Malang, Fakultas Hukum,2020	Predatory Pricing pada Promo Grab ditinjau dari Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat	1. Apakah Promo Aplikasi Grab bertentangan dengan Prinsip jual rugi (Predatory Pricing) Pasal 20 Undang-undang No 5 tahun 1999 tentang praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat? 2. Bagaimana akibat hukum jual rugi (predatory pricing) yang dilakukan aplikasi grab jika di tinjau dari undang-	Penelitian ini membahas praktik promo diskon harga yang dilakukan oleh pelaku usaha e-commerce di indonesia	Penelitian ini membahas praktik promo diskon e-commerce pada jenis online to onffline (O2O) dan ditinjau dengan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sedangkan pada proposal skripsi ini lebih menekankan pada e-commerce

			undang no 5 tahun 1999 tentang praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat?		consumer to consumer (C2C) dan PP No. 80 tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
--	--	--	--	--	---

Berdasarkan tabel di atas, pada penelitian pertama, yang diteliti oleh Dwamy Trezaryo Junansyah dengan judul skripsi “Praktik Promosi *Flash Sale* Pelaku Usaha *E-Commerce* Dikaitkan Dengan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat” penelitian ini lebih memfokuskan kepada pemberian *flash sale* oleh pelaku usaha pada *platform e-commerce*. Penelitian kedua oleh Mutiara Kurniasari “ Predatory Pricing pada Promo Grab ditinjau dari Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat” dalam penelitian ini lebih menfokuskan pada pemberian promo diskon harga pada ojek online

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah hukum normative .¹⁰ Metode penelitian normatif adalah penelitian hukum

¹⁰ Peter Machmud Marzuki, Penelitian Hukum, Cet.6, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta,2017, hlm. 35

(*legal research*) yang bersumber dari penulisan kepustakaan yang utamanya menggunakan ketentuan Perundang undangan, buku serta jurnal yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini.

1.6.2 Metode Pendekatan

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis memakai metode penulisan berikut:

Penulis menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*).

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) yaitu pendekatan yang meneliti permasalahan melalui ketentuan-ketentuan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.¹¹

1.6.3 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Penulis menggunakan teknik pengumpulan bahan hukum melalui studi kepustakaan yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menulis dan menganalisa data dari bahan-bahan yang didapat terkait permasalahan dalam penelitian hukum ini.

Dalam penulisan penelitian ini, peneliti akan menggunakan bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier sebagai berikut:

1. Bahan Hukum Primer

¹¹ *Ibid* hlm,133

- a. “Undang-Undang Nomor No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
- b. Peraturan Pemerintah No 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan sekunder merupakan semua publikasi hukum yang bukan dokumen resmi ,diperoleh dari literature-literatur yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, seperti penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh orang lain..¹²

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan-bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus besar bahasa Indonesia, kamus hukum, ensiklopedia , surat kabar dan sumber-sumber yang berasal dari internet.

1.6.4 Analisis Bahan Hukum

Setelah bahan hukum terkumpul selanjutnya peneliti menggunakan metode dianalisis secara preskriptif. Metode preskriptif dalam penelitian hukum normatif yakni sebuah penilaian mengenai obyek dalam penelitian ini, kemudian dihubungkan dengan peraturan perundang-undangan terkait. Peneliti selanjutnya akan menarik kesimpulan sehingga membentuk suatu argument baru terkait permasalahan dalam penelitian.

¹² *Ibid*, hlm 158