



# Ancaman Shop Tokopedia dalam Praktek Monopoli Perdagangan dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Keberlangsungan UMKM di Kota Bukittinggi

**Febrian Al Aziz, Mahlil Adriaman**

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak serta ancaman praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di dalam Shop Tokopedia terhadap keberlangsungan UMKM di Kota Bukittinggi. Seiring berkembang pesatnya era globalisasi dan teknologi, semakin banyak pelaku usaha berlomba-lomba meningkatkan taraf hidup masing-masing, tanpa memperdulikan persaingan usaha yang sehat. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu melakukan proses penelitian dengan memahami fenomena persaingan usaha yang terjadi di dalam Shop Tokopedia dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan dan didasari teori-teori hukum, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah. Dengan adanya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan bentuk kepedulian pemerintah untuk melindungi dan memberikan keadilan bagi para pelaku usaha di Indonesia. Di sisi lain pemerintah juga perlu meninjau implementasi UU Nomor 5 Tahun 1999 di lapangan yang belum mampu untuk menjamin dan memenuhi rasa keadilan demi keberlangsungan UMKM agar terhindar dari praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

## Abstract

*The purpose of this study is to examine the impact and threat of monopolistic practices and unfair business competition in Shop Tokopedia on the sustainability of MSMEs in Bukittinggi City. Along with the rapid development of the era of globalization and technology, more and more business actors are competing to improve their respective living standards, without regard to healthy business competition. This research uses a qualitative research approach, namely conducting a research process by understanding the phenomenon of business competition that occurs in Shop Tokopedia by creating a comprehensive and complex picture, reporting detailed views obtained from informant sources and based on legal theories, and carried out in a natural setting. The existence of Law Number 5 Year 1999 is a form of government concern to protect and provide justice for business actors in Indonesia. On the other hand, the government also needs to review the Implementation of Law Number 5 Year 1999 in the field has not been able to guarantee and fulfill a sense of justice for the sustainability of MSMEs in order to avoid monopolistic practices and unfair business competition.*

## Kata kunci:

*Monopoli; Persaingan Usaha; Shop Tokopedia; UMKM.*

## Article Histori:

Received: 20-8-2024

Received in Revised Form: 17-10-2024

Accepted: 01-11-2024

Publish: 30-11-2024

## Keywords:

*Monopoly; Business Competition; Shop Tokopedia; MSMEs.*

## 1. Latar Belakang

Kehadiran Tiktok Shop yang sekarang berganti nama Shop Tokopedia lebih dari sekedar inovasi bisnis dan kemajuan teknologi, hal ini menimbulkan ancaman terhadap pasar domestik dengan strategi algoritma dan persaingan tidak sehat, yang pada akhirnya hanya menguntungkan segelintir orang (Isal & Sidik, 2023). Walaupun transisi ke model bisnis online menjanjikan peluang baru, realitanya tidak selalu menguntungkan bagi UMKM. Dalam ekosistem digital seperti Shop Tokopedia, muncul praktek-praktek bisnis yang merugikan UMKM lokal. Fenomena ini mencakup strategi jual rugi dan penyalahgunaan posisi dominan oleh perusahaan besar, yang bertentangan dengan ketentuan Pasal 20 dan 25 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Selain itu, terjadi persaingan promosi yang tidak wajar. Kampanye pemasaran yang agresif dan tidak rasional ini berpotensi menimbulkan kerugian jangka panjang, mematikan pesaing yang lebih kecil, dan pada akhirnya menciptakan kondisi monopoli dalam pasar digital. Dalam perannya berfungsi layaknya rem sosial dalam dunia usaha, UU No. 5 Tahun 1999 bertujuan untuk menegakkan ketertiban dalam dunia usaha. Undang-undang ini didesain untuk mengawasi dan mengarahkan perilaku pelaku usaha agar selaras dengan prinsip-prinsip persaingan yang sehat dan berkeadilan (Rachmadi Usman, 2022).

Dinamika bisnis terkini telah mendorong transformasi besar dalam strategi operasional UMKM. Banyak pelaku UMKM kini beralih dari metode konvensional seperti mengandalkan toko fisik atau penjualan langsung ke konsumen, menuju model bisnis berbasis digital. Transisi ini dipercepat oleh situasi pandemi yang mengharuskan para pengusaha untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan perilaku konsumen dan pembatasan sosial. Untuk menghindari kerumunan akibat pandemi, masyarakat lebih memilih beralih ke e-commerce seperti Shop Tokopedia sebagai alternatif untuk belanja (Agustian Anhar & Kurniawan, 2024). Dalam upaya bertahan dan berkembang di tengah tantangan ini, UMKM mulai mengadopsi solusi e-commerce. Salah satu langkah adaptasi yang populer adalah dengan memanfaatkan platform digital seperti Shop Tokopedia. Marketplace ini tidak hanya berfungsi sebagai kanal penjualan online, tetapi juga menjadi media sosial yang efektif untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan visibilitas produk UMKM di dunia digital (Priyono & Dian Permata Sari, 2023). Dengan mengintegrasikan bisnis mereka ke platform seperti Shop Tokopedia, para pelaku UMKM berusaha untuk tetap relevan, menjangkau pasar yang lebih luas, dan mempertahankan kelangsungan usaha mereka di tengah perubahan lanskap bisnis yang dinamis.

Ada tiga kondisi yang dapat dikatakan bahwa pelaku usaha melakukan *predatory pricing*. Kondisi pertama, yaitu harga di bawah harga pasar, kedua, ditujukan untuk menghilangkan pesaing usaha. Ketiga, pelaku akan menaikkan harga setelah pesaingnya mati untuk memulihkan kerugian selama periode *predatory* dan mendapatkan keuntungan yang tidak wajar (Nurmal, 2021). Menanggapi fenomena tersebut Pemerintah Indonesia menyatakan keprihatinannya atas dampak negatif yang diakibatkan oleh Shop Tokopedia terhadap kelangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal. Mereka menilai bahwa platform *e-commerce* ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan asing untuk mempelajari tren produk yang sedang populer di Indonesia. Informasi tersebut kemudian bisa digunakan untuk mengembangkan produk serupa di luar negeri dengan biaya produksi yang lebih rendah, yang pada akhirnya mengancam daya saing UMKM lokal (Rochmah, 2024). Penelitian ini akan mengkaji ancaman potensial dari fitur Shop Tokopedia terhadap keberlangsungan UMKM di kota Bukittinggi, dengan fokus pada aspek-aspek monopoli perdagangan dan persaingan usaha tidak sehat. Analisis ini penting untuk memahami dinamika perubahan dalam ekosistem bisnis lokal dan merumuskan strategi yang dapat melindungi kepentingan UMKM sambil tetap mendorong inovasi dalam sektor perdagangan digital.

Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan tentang persaingan, terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِيْهُوا الْحَيْزَاتِ اَيْنَ مَا تَكُوْنُوْنَ اَيُّتِ بِكُمْ اللّٰهُ جَمِيْعًا اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ ۝۱۴۸

Artinya: "Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu." (QS. Al Baqarah: 148).

Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 148 mengajarkan pentingnya memiliki etos kerja yang tinggi dan semangat dalam berbuat baik. Kita dianjurkan untuk Tekun dan rajin dalam menjalani kehidupan, Bersungguh-sungguh dalam setiap usaha, Giat bekerja dan beraktivitas, Senantiasa melakukan amal kebaikan, Berlomba-lomba dalam mengerjakan perbuatan baik dan amal saleh. Ayat ini menekankan bahwa perbuatan baik yang kita lakukan di dunia akan menjadi bekal berharga untuk kehidupan akhirat kelak. Dengan demikian, kita didorong untuk selalu berbuat kebajikan dan berkompetisi dalam kebaikan selama hidup di dunia (Yudistira, 2023).

Dinamika kompetisi bisnis ini telah meminggirkan dan bahkan mengeliminasi keberadaan UMKM yang masih beroperasi dengan cara-cara konvensional. Bahkan UMKM yang menggunakan Shop Tokopedia juga akan kalah dan tidak memiliki kekuatan untuk bersaing. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, permasalahan yang akan dibahas antaralain terkait bagaimana pengaturan Shop Tokopedia menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta dampak dari Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Shop Tokopedia terhadap keberlangsungan UMKM di Kota Bukittinggi.

## 2. Metode

Penelitian ini menerapkan metode penelitian hukum normatif-empiris dengan mengumpulkan data di lapangan dan teori-teori hukum yang berkaitan untuk melakukan kajian terhadap dampak dari ancaman Shop Tokopedia dalam praktek monopoli perdagangan dan persaingan usaha tidak sehat terhadap keberlangsungan UMKM di Kota Bukittinggi. Penelitian ini juga menerapkan metode pendekatan *Live Case Study*, yaitu metode analisis terhadap fenomena hukum yang sedang berlangsung atau belum mencapai titik akhir (Muhammad Syahrums, 2022).

Proses penelitian hukum diawali dengan pencarian sumber-sumber hukum yang relevan. Sumber-sumber ini berfungsi sebagai landasan untuk mengambil keputusan hukum dalam kasus-kasus nyata. Setelah semua bahan hukum terkumpul secara menyeluruh, bahan-bahan tersebut kemudian disusun secara sistematis untuk dianalisis lebih lanjut. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan, di mana peneliti mengkaji secara mendalam seluruh undang-undang dan peraturan yang berkaitan dengan masalah hukum yang sedang diteliti. Teknik penelusuran bahan hukum menggunakan teknik studi dokumen, Serta analisis kajian menggunakan analisis kualitatif Yang dijalankan dalam konteks spesifik yang mencerminkan situasi nyata (alami) dengan tujuan menggali dan menganalisis gejala-gejala hukum yang tengah berlangsung. Serta membandingkan temuan murni di lapangan dengan teori (Putra et al., 2024).

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Pengaturan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang terjadi di dalam Shop Tokopedia

Dinamika kompetisi bisnis di tanah air telah menunjukkan perubahan signifikan dalam periode beberapa tahun belakangan ini dan inovasi khususnya terjadi pada kegiatan jual beli dan transaksi dengan menggunakan media elektronik (*e-commerce*). Berdasarkan Fenomena persaingan usaha di Shop Tokopedia, inovasi ini hanya berdampak positif bagi segelintir pelaku usaha yang mempunyai kekuatan finansial lebih. Sedangkan pelaku usaha seperti UMKM yang mempunyai kekuatan finansial terbatas justru mendapatkan dampak negatif berupa praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang akan mengancam keberlangsungan UMKM Indonesia.

Menurut Prof. Dr. Susanti Adi Nugroho, SH., MH dalam bukunya konsep monopoli dapat diinterpretasikan sebagai satu entitas bisnis atau sekelompok pelaku usaha diperbolehkan menguasai lebih dari setengah pangsa pasar suatu produk atau layanan, dengan syarat: tersedia alternatif atau pengganti untuk barang atau jasa tersebut, tidak menghalangi kompetitor lain untuk memasuki arena persaingan dalam sektor serupa, tidak menyebabkan timbulnya praktik monopoli atau persaingan usaha yang tidak adil. (Nugroho, 2014). Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang membahas pelarangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat menetapkan enam aspek dalam ranah persaingan usaha, antara lain: 1) Perjanjian yang dilarang, 2) Kegiatan yang dilarang, 3) Posisi dominan, 4) Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 5) Penegakan Hukum, 6) Ketentuan lainnya.

Praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang terjadi didalam platform *e-commerce* Shop Tokopedia sebagai berikut:

##### a) Jual Rugi dan Penetapan Harga yang Sangat Rendah.

Undang-Undang Persaingan Usaha di Indonesia mengatur beberapa kesepakatan yang tidak diperbolehkan, termasuk di dalamnya praktik penetapan harga di bawah biaya produksi atau penjualan dengan kerugian yang disengaja (*predatory pricing*). Hal ini dijabarkan dalam ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Persaingan Usaha yang menyatakan, pengusaha tidak diperbolehkan berkolaborasi dengan kompetitor mereka untuk menentukan harga lebih rendah dari harga pasar umum, karena tindakan ini dapat menimbulkan kompetisi bisnis yang tidak adil. (Juliana & Radian, 2023). Aturan mengenai jual rugi tercantum dalam Pasal 20 Undang-Undang Persaingan Usaha. Praktek jual rugi ini dapat merusak iklim persaingan usaha. Fenomena ini terjadi karena dalam perspektif jangka panjang, setelah berhasil menyingkirkan kompetitor dari arena pasar, entitas bisnis cenderung meningkatkan tarif barang atau jasa yang mereka tawarkan (Effendi, 2020).

Fenomena jual rugi dan penetapan harga yang sangat rendah di platform Shop Tokopedia telah menarik perhatian Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Sebagai lembaga independen yang diberi mandat oleh UU No. 5 Tahun 1999 untuk mengawasi persaingan usaha di Indonesia, KPPU telah melakukan analisis mendalam terhadap situasi ini. Dalam upaya mengidentifikasi indikasi praktik jual rugi yang berpotensi menciptakan harga tidak wajar (*unreasonable price*), KPPU menerapkan dua pendekatan utama: Pertama, KPPU mengkaji aspek *market power*. Ini melibatkan evaluasi karakteristik pasar, termasuk konsentrasi penjual dan hambatan masuk ke pasar yang bersangkutan. Analisis ini bertujuan untuk memahami dinamika kekuatan pasar yang mungkin memfasilitasi praktik predatori. Kedua, KPPU melakukan evaluasi harga secara komprehensif. Proses ini melibatkan Komparasi nilai jual yang ditentukan oleh entitas bisnis yang diduga melakukan praktik predatori dengan biaya produksi

mereka. Pendekatan ini bertujuan untuk mengungkap apakah terdapat pola penetapan harga yang tidak wajar atau di bawah biaya produksi. Melalui metodologi ini, KPPU berusaha untuk mengidentifikasi dan menganalisis potensi praktik anti-persaingan di platform e-commerce, khususnya dalam konteks Shop Tokopedia, demi menjaga integritas pasar dan melindungi kepentingan konsumen serta pelaku usaha lainnya (Flora & Ratnawati, 2023).

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Persaingan Usaha memuat ketentuan khusus mengenai praktik jual rugi dan penetapan harga yang sangat rendah dalam Pasal 20. Aturan ini bertujuan mencegah persaingan usaha tidak sehat dan monopoli di pasar. Menurut pasal tersebut, pelaku usaha dilarang memasok barang atau jasa dengan dua cara yang dianggap merugikan: Pertama, melalui praktik jual rugi, di mana barang atau jasa dijual di bawah harga produksi. Kedua, dengan menetapkan harga yang sangat rendah, jauh di bawah harga pasar yang wajar. Larangan ini berlaku khususnya jika tindakan tersebut dimaksudkan untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaing di pasar yang sama. Tujuan utama dari larangan ini adalah membendung kemungkinan adanya penguasaan sektor ekonomi tunggal atau kompetisi dagang yang tidak sehat. Aturan ini dirancang untuk melindungi keseimbangan pasar dan memastikan persaingan yang adil antar pelaku usaha. Dengan melarang praktik predatory pricing ini, undang-undang berupaya Membangun atmosfer usaha yang sehat dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat dalam pasar.

Dalam mengevaluasi kasus jual rugi, KPPU sebagai badan pengawas menggunakan pendekatan *rule of reason* yang didukung oleh dua teori pembuktian utama, yang pertama Teori Pembuktian Garis Terang (*Bright Line Evidence Theory*) merupakan pendekatan yang berfokus pada dampak langsung terhadap pasar. Menurut teori ini, untuk membuktikan adanya praktik jual rugi yang melanggar hukum, cukup dengan menunjukkan bahwa persaingan di pasar yang relevan telah terhenti atau terdistorsi secara signifikan. Ini merupakan pendekatan yang lebih langsung dan kurang kompleks dalam pembuktian. Kedua adalah Teori Pembuktian Garis Keras (*Hard Line Evidence Theory*), Metode ini mengandalkan analisis ekonomi yang lebih mendalam. KPPU menggunakan berbagai alat analisis ekonomi untuk mengevaluasi perilaku pelaku usaha yang diduga terlibat dalam praktik jual rugi. Pendekatan ini bertujuan untuk mengungkap apakah tindakan tersebut mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat. Analisis ini mungkin melibatkan studi tentang struktur biaya, strategi harga, dampak pasar jangka panjang, dan faktor-faktor ekonomi lainnya (Sutanto, 2023).

Dengan menerapkan kedua teori ini, KPPU berusaha untuk membuat penilaian yang komprehensif dan objektif tentang ada tidaknya praktik jual rugi yang menyimpang dari norma kompetisi pasar yang proporsional. Pendekatan ganda ini memungkinkan KPPU untuk mempertimbangkan baik dampak langsung yang terlihat di pasar maupun analisis ekonomi yang lebih mendalam untuk mengungkap praktik-praktik yang mungkin tidak segera terlihat namun berpotensi merugikan dalam jangka panjang.

#### **b) Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Pelaku Usaha Dominan.**

Praktik penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha besar menciptakan ketimpangan yang signifikan dalam persaingan pasar, terutama merugikan UMKM. Superioritas finansial pelaku usaha dominan termanifestasi dalam beberapa aspek kunci: 1). Kapasitas Investasi: Perusahaan dominan memiliki kemampuan untuk mengalokasikan dana besar ke dalam berbagai inisiatif bisnis, memberikan mereka keunggulan kompetitif yang substansial. 2). Akses ke Pasar Modal: Kemudahan

dalam memperoleh pendanaan melalui pasar modal memberi mereka fleksibilitas finansial yang jauh melampaui kapabilitas UMKM. 3) Pangsa Pasar: Penguasaan porsi pasar yang lebih luas oleh pelaku usaha dominan menjadi indikator kuat dari kekuatan ekonomi mereka. 4). Volume Transaksi: Nilai penjualan dan pembelian yang jauh melebihi pesaing mencerminkan kapasitas keuangan yang lebih besar dan potensi untuk mengendalikan dinamika pasar.

Kesenjangan kapabilitas ini memungkinkan pelaku usaha dominan untuk menerapkan strategi yang dapat mendistorsi persaingan sehat, seperti penetapan harga predatori atau praktik eksklusif lainnya. Akibatnya, UMKM sering kali kesulitan untuk bersaing secara efektif, terancam tersingkir dari pasar, dan pada akhirnya dapat mengarah pada terciptanya kondisi monopolistik yang merugikan konsumen dan ekonomi secara keseluruhan. Situasi ini menunjukkan perlunya pengawasan ketat dan regulasi yang efektif untuk mencegah penyalahgunaan posisi dominan, serta upaya untuk memberdayakan UMKM agar dapat bertahan dan berkembang dalam lanskap persaingan yang semakin kompleks. (Ria Setyawati & Rayhan Adhi Pradana, 2023).

UU Persaingan Usaha, khususnya pasal 25, mengatur tentang penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha. Hal ini mencakup tiga praktik utama yang dianggap melanggar: pertama, menerapkan kebijakan perdagangan yang membatasi konsumen dalam mendapatkan produk atau layanan kompetitif, baik dari segi harga maupun mutu. Kedua, memberlakukan pembatasan terhadap pasar dan kemajuan teknologi. Ketiga menciptakan hambatan bagi calon pesaing potensial untuk memasuki pasar yang relevan. Praktik-praktik ini dianggap sebagai bentuk penyalahgunaan kekuatan pasar yang dominan dan dapat mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat.

Ketetapan peraturan persaingan usaha terkait penyalahgunaan posisi dominan memiliki beberapa unsur kunci yang perlu diperhatikan, Unsur pertama adalah penetapan pasar bersangkutan. Sebelum menerapkan pasal-pasal dalam undang-undang, penting untuk mendefinisikan dan menetapkan pasar spesifik di mana kemungkinan penyalahgunaan posisi dominan terjadi. Langkah ini *crucial* untuk memahami konteks dan lingkup dari potensi pelanggaran. Unsur kedua melibatkan definisi posisi dominan. Hal ini mencakup penentuan porsi kendali atas area perdagangan yang dikuasai oleh satu entitas bisnis atau gabungan beberapa pelaku ekonomi. Penetapan ini penting untuk mengidentifikasi apakah suatu entitas memiliki kekuatan pasar yang signifikan. Unsur terakhir berfokus pada identifikasi praktik-praktik tertentu yang berpotensi menghambat persaingan. Analisis ini bertujuan untuk menilai sejauh mana praktik-praktik tersebut mempengaruhi dinamika persaingan dalam pasar yang bersangkutan. Peran KPPU dalam menanggulangi fenomena ini menjadi sangat krusial sebagai otoritas persaingan usaha yang memiliki wewenang menyelidiki kegiatan usaha dalam *platform e-commerce* Shop Tokopedia untuk memulihkan persaingan pasar *e-commerce* demi keberlangsungan UMKM.

### **3.2 Dampak dan ancaman Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang terjadi didalam Shop Tokopedia Terhadap Keberlangsungan UMKM di Kota Bukittinggi**

Munculnya *platform e-commerce* Shop Tokopedia telah memicu kekhawatiran di kalangan pelaku UMKM. Banyak pengusaha UMKM memandang kehadiran Shop Tokopedia sebagai ancaman potensial terhadap kelangsungan usaha mereka. Keresahan ini terutama bersumber dari dominasi produk impor yang dipasarkan oleh perusahaan-perusahaan besar di platform tersebut. Fenomena ini dianggap dapat menggeser posisi produk UMKM lokal di pasar yang relevan. Pelaku UMKM mengkhawatirkan bahwa kekuatan finansial dan jaringan distribusi yang dimiliki oleh perusahaan besar dapat mengakibatkan

penguasaan pasar yang tidak seimbang. Situasi ini berpotensi menyudutkan UMKM lokal, mengurangi daya saing mereka, dan pada akhirnya dapat mengancam eksistensi usaha-usaha kecil dan menengah di tingkat lokal. Dengan demikian, keberadaan Shop Tokopedia dipersepsikan oleh sebagian pelaku UMKM bukan hanya sebagai kompetitor, tetapi juga sebagai katalis yang dapat mempercepat penurunan atau bahkan kebangkrutan usaha-usaha skala mikro, kecil, dan menengah di tingkat lokal. Hal ini menimbulkan pertanyaan serius tentang bagaimana menyeimbangkan manfaat digitalisasi ekonomi dengan perlindungan terhadap UMKM lokal yang menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat (Tri et al., 2024).

Kota Bukittinggi telah mengalami perkembangan pesat di bidang perdagangan dan dunia usaha, sehingga menjadi pusat perdagangan. Selain itu, kota ini didukung dengan hadirnya empat pasar. Bukittinggi telah memantapkan dirinya sebagai pusat perdagangan dengan wilayah utamanya antara lain Pasar Atas, Pasar Bawah, Pasar Banto, dan Pasar Aur Kuning. Daerah-daerah tersebut berkontribusi terhadap potensi kota di sektor UMKM (Julita et al., 2023). Namun fenomena persaingan usaha yang terjadi beberapa tahun kebelakang membuat para pelaku UMKM di Kota Bukittinggi di pasar Aur Kuning turut merasakan dampak penurunan omzet diakibatkan maraknya fenomena persaingan usaha yang terjadi di Shop Tokopedia (Hafil, 2023). Persaingan usaha tersebut berupa praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang diatur dalam pasal 20 dan 25 UU No 5 Tahun 1999 tentang jual rugi dan penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha dominan didalam Shop Tokopedia terhadap UMKM yang menyebabkan berkurangnya keuntungan sehingga mengakibatkan hilangnya daya saing UMKM serta mengancam keberlangsungan UMKM Kota Bukittinggi.

Fenomena persaingan usaha tidak sehat yang terjadi di Shop Tokopedia bertentangan dengan Perda Kota Bukittinggi No. 4 Tahun 2019 tentang pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro khususnya pada pasal 4 a, Pemerintah Daerah Kota Bukittinggi memiliki komitmen untuk mewujudkan struktur perekonomian Daerah yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Komitmen Pemda Kota Bukittinggi yang tertuang didalam Perda No.4 Tahun 2019 khususnya pasal 4 a memiliki hubungan dan tujuan yang sama dengan UU No. 5 Tahun 1999. Tujuan dari kedua peraturan tersebut adalah untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat dan bebas dari praktek monopoli perdagangan serta memberikan keadilan terhadap para pelaku usaha di Kota Bukittinggi.

Gelombang perubahan dalam lanskap perdagangan digital telah merambah hingga ke jantung ekonomi lokal Kota Bukittinggi. Pasar Aur Kuning, yang selama ini menjadi pusat kegiatan ekonomi tradisional, kini menghadapi tantangan baru. Para pelaku UMKM yang beroperasi di pasar ini melaporkan adanya penurunan signifikan dalam omzet penjualan mereka. Fenomena ini berkorelasi erat dengan meningkatnya intensitas persaingan usaha di platform e-commerce Shop Tokopedia. Dinamika kompetisi yang semakin ketat di ruang digital ini telah menciptakan efek riak yang terasa hingga ke level pasar tradisional. UMKM di Pasar Aur Kuning, yang sebelumnya menikmati basis pelanggan yang stabil, kini merasakan tekanan akibat pergeseran preferensi konsumen ke platform online. Situasi ini tidak hanya mengancam pendapatan harian para pedagang, tetapi juga berpotensi mengubah struktur ekonomi mikro di Kota Bukittinggi secara keseluruhan. Penurunan omset yang dialami oleh UMKM lokal ini menjadi indikator nyata dari dampak disruptif e-commerce terhadap pola perdagangan konvensional. Hal ini menimbulkan pertanyaan kritis tentang bagaimana menjembatani kesenjangan antara pasar tradisional dan digital, serta strategi adaptasi yang diperlukan oleh UMKM untuk bertahan di era perdagangan modern.

Peran UMKM di Indonesia semakin signifikan dan diakui dalam lanskap ekonomi nasional. Sektor UMKM telah membuktikan diri sebagai komponen krusial dalam perekonomian Indonesia, dengan dampak yang luas dan mendalam serta posisi UMKM semakin kokoh dan mendapat perhatian lebih dalam strategi ekonomi Indonesia. Kontribusi UMKM sangat substansial dalam dua aspek utama yaitu, Penyerapan tenaga kerja: UMKM mempekerjakan lebih dari 90% angkatan kerja Indonesia, menjadikannya motor utama penciptaan lapangan kerja dan produk Domestik Bruto (PDB): Sebagian besar PDB Indonesia berasal dari sektor UMKM, menunjukkan perannya yang vital dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Singkatnya, UMKM telah menjadi pilar utama perekonomian Indonesia, yang memiliki kontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan pembentukan PDB nasional. Perkembangan sektor UMKM di Indonesia menunjukkan tren positif, dengan semakin banyaknya UMKM yang tumbuh dan maju di berbagai daerah. Kota Bukittinggi tidak terkecuali, mengalami pertumbuhan UMKM yang signifikan. Fenomena ini membawa dampak positif bagi perekonomian lokal, dimana UMKM memberikan kontribusi yang berarti terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) kota Bukittinggi. Peran UMKM tidak hanya terbatas pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan demikian, UMKM di Bukittinggi memainkan peran ganda yang penting: sebagai entitas bisnis yang mencari keuntungan dan sebagai kontributor terhadap pembangunan ekonomi lokal melalui sumbangsuhnya pada PDB kota. (Herleni & Tasman, 2019).

Kota Bukittinggi menempati posisi penting dalam perekonomian Sumatera Barat, meski memiliki luas wilayah yang relatif kecil. Dengan area hanya 25,24 km<sup>2</sup>, kota ini berhasil membangun reputasi sebagai pusat ekonomi yang signifikan. Bukittinggi menduduki peringkat kedua dalam hal kekuatan ekonomi di provinsi Sumatera Barat, menunjukkan vitalitas dan dinamisme ekonominya. Kota ini dikenal sebagai salah satu hub perdagangan grosir terpenting di Pulau Sumatera, menarik pedagang dan pembeli dari berbagai wilayah. Aktivitas ekonomi kota ini berpusat di tiga pasar utama yang menjadi urat nadi perdagangannya: Pasar Ateh, Pasar Bawah, dan Pasar Aur Kuning berfungsi sebagai pusat kegiatan perdagangan di kota ini. Keberadaan pasar-pasar ini tidak hanya mendukung ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat posisi Bukittinggi sebagai pusat perdagangan regional yang penting di Sumatera. Serta pelaku usaha yang di dominasi oleh UMKM lokal. Para pelaku UMKM kota Bukittinggi memasarkan hasil produknya ke pasar-pasar tradisional tersebut, sebagian para UMKM juga memasarkan pruduknya ke platform Shop Tokopedia. Namun UMKM tidak mampu bersaing disebabkan adanya praktek persaingan usaha tidak sehat yang terjadi di pasar *e-commerce* tersebut. Berikut data jumlah UMKM Kota Bukittinggi:



**Tabel 1.** Data Jumlah UMKM Kota Bukittinggi Tahun 2019-2023

Kecamatan		Aur Birugo Tigo Baleh			Guguak Panjang			Mandi Angin Koto Selayan			Jumlah
Kriteria Usaha		Mikro	Kecil	Menengah	Mikro	Kecil	Menengah	Mikro	Kecil	Menengah	
Tahun	2019	1.872	162	8	2.431	315	9	1.710	175	4	<b>6.696</b>
	2020	1.343	162	8	2.091	315	9	3.337	175	4	<b>7.454</b>
	2021	1.505	13	0	2.406	28	0	3.512	9	0	<b>7.473</b>
	2022	1.505	13	0	2.406	28	0	3.512	9	0	<b>7.473</b>
	2023	1.505	13	0	2.406	28	0	3.512	9	0	<b>7.473</b>

Sumber: Dinas Koperasi UKM Dan Tenaga Kerja Kota Bukittinggi 2023

Analisis penulis berdasarkan data dari tabel 1. menunjukkan tren yang mengkhawatirkan dalam perkembangan UMKM di Kota Bukittinggi dari tahun 2019 hingga 2023. Terlihat adanya penurunan jumlah pelaku usaha, terutama dalam kategori usaha kecil dan menengah. Fenomena ini dapat diinterpretasikan sebagai konsekuensi dari ketidakmampuan UMKM Kota Bukittinggi untuk bersaing secara efektif di pasar *e-commerce*. Faktor utama yang berkontribusi pada situasi ini adalah adanya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam ekosistem digital.

Penurunan jumlah pelaku UMKM ini menjadi indikator nyata dari tantangan yang dihadapi sektor ini dalam beradaptasi dengan perubahan lanskap bisnis. Situasi ini menggambarkan kesenjangan kompetitif yang semakin melebar antara UMKM lokal dan pelaku usaha dominan di platform *e-commerce*. Menghadapi realitas ini, ada urgensi bagi Pemerintah Indonesia, khususnya melalui Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), untuk mengambil tindakan tegas. Diperlukan langkah-langkah konkret dalam menangani dan mengatur persaingan usaha di sektor *e-commerce*.

Intervensi regulatif yang efektif dan penegakan hukum yang konsisten menjadi kunci dalam menciptakan lingkungan bisnis yang adil. Hal ini penting untuk menjamin keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM lokal, sekaligus memastikan bahwa mereka memiliki kesempatan yang setara dalam ekonomi digital. Dengan demikian, peran aktif KPPU dalam mengawasi dan mengendalikan dinamika persaingan di pasar *e-commerce* dengan berlandaskan UU No. 5 Tahun 1999 sebagai pedoman menjadi sangat krusial. Tujuannya adalah untuk mewujudkan keadilan kompetitif dan memberikan kepastian hukum yang mendukung eksistensi dan perkembangan UMKM lokal di era digital.

#### 4. Simpulan

Praktek monopoli perdagangan dan persaingan usaha tidak sehat yang terjadi di dalam platform *e-commerce* Shop Tokopedia dimana pelaku usaha dominan melakukan penyalahgunaan posisi dominannya untuk memperluas jangkauan pemasaran produk. Melakukan jual rugi dengan maksud

meraup untung sebesar-besarnya dan menyingkirkan pelaku usaha lain seperti UMKM diatur dalam ketentuan pasal 20 dan 25 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Persaingan Usaha. Serta peran para influencer yang mempunyai kekuatan promosi lebih kuat dari pelaku UMKM dalam menyebarkan informasi produk dagangannya secara masif kepada konsumen menjadi ancaman bagi masa depan UMKM Kota Bukittinggi. Kombinasi dari praktik bisnis yang tidak adil oleh pelaku usaha dominan dan kekuatan promosi influencer yang tidak sebanding menciptakan ancaman serius bagi sustainabilitas dan prospek UMKM di Kota Bukittinggi. Situasi ini menimbulkan kekhawatiran akan masa depan ekonomi lokal dan diversitas pasar, mengingat peran vital UMKM dalam struktur ekonomi dan sosial kota Bukittinggi.

Keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia semakin signifikan dan diakui dalam mendukung ekonomi nasional. UMKM telah menjadi pilar utama perekonomian Indonesia, dengan kontribusi yang sangat besar dalam penyerapan tenaga kerja dan pembentukan PDB nasional. Perkembangan sektor UMKM di Indonesia menunjukkan tren positif, dengan semakin banyaknya usaha kecil dan menengah yang tumbuh dan maju di berbagai daerah. Kota Bukittinggi tidak terkecuali, mengalami pertumbuhan UMKM yang signifikan. Namun dengan fenomena persaingan usaha yang tidak sehat di Shop Tokopedia menjadi ancaman serius bagi keberlangsungan UMKM Kota Bukittinggi. Jika UMKM tersingkirkan dalam fenomena persaingan usaha di e-commerce ini tentu akan berdampak buruk terhadap perekonomian daerah Kota Bukittinggi. Pemerintah Indonesia melalui KPPU harus menangani secara serius fenomena persaingan usaha pada *e-commerce* untuk memberikan keadilan dan kepastian terhadap keberlangsungan UMKM lokal. Pemerintah dan KPPU juga harus memperhatikan implementasi UU No. 5 Tahun 1999 untuk terciptanya dunia persaingan usaha di Indonesia yang bebas dari praktek monopoli perdagangan dan persaingan usaha tidak sehat.

## Daftar Pustaka

- Agustian Anhar, D., & Kurniawan, S. (2024). Ketidakpastian Hukum dalam Kembalinya Tiktok Shop Sebagai Platform Social Commerce di Indonesia. *April*, 6(3), 8965. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i3>
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(1), 21-32. <https://doi.org/10.24815/sklj.v4i1.16228>
- Flora, E., & Ratnawati, E. (2023). Indikasi Jual Rugi Untuk Menyingkirkan Pelaku Usaha Lainnya Berdasarkan UU NO. 5 TAHUN 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha. *UNES LAW REVIEW*, 6(1). <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1>
- Hafil, M. (2023). *Pedagang Pasar Aur Kuning Juga Alami Kemerosotan Efek Tiktok Shop*. <https://news.republika.co.id/berita/s1n1q2430/pedagang-pasar-aur-kuning-juga-alami-kemerosotan-efek-tiktok-shop-part1>
- Herleni, S., & Tasman, A. (2019). Pengaruh Financial Knowledge dan Internal Locus Of Control Terhadap Personal Financial Management Behaviour Pelaku Umkm Kota Bukittinggi. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 270-275. <https://doi.org/10.24036/jkmw0255190>
- Isal, M. A., & Sidik, R. M. (2023). Jeratan Social Commerce: Matinya Masa Depan UMKM di Indonesia Studi Kasus Tiktok Shop di Indonesia. *Jurnal Commerce Law*, 3(2), 405. <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v3i2.3551>

- Juliana, F., & Radian, M. L. (2023). Aspek Hukum Bisnis Online Shop Tiktok Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Undang-Undang Persaingan Usaha. 5(2), 293–303. <https://doi.org/10.55357/is.v5i2.562>
- Julita, V., Puteri, H. E., Harahap, M. M., & Sholihin, A. (2023). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Sektor Mikro di Kota Bukittinggi dengan Peran Pemerintah Sebagai Variabel Moderasi Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1345–1354. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8011>
- Muhammad Syahrums, S. T. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum: Kajian Penelitian Normatif, Empiris, Penulisan Proposal, Laporan Skripsi dan Tesis*. CV. Dotplus Publisher.
- Nugroho, S. A. (2014). *Hukum persaingan usaha di Indonesia*. Prenada Media.
- Nurmal, I. R. (2021). Supervision and Law Enforcement of Business Competition in the Digital Industry (Case Study of Predatory Pricing Practices in the TikTok Shop). *Jurnal Akta*, 11(1), 234–235.
- Priyono, M. B., & Dian Permata Sari. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(September), 497–506.
- Putra, A. A., Samudra, T. G., Priyatama, L., Adriaman, M., Fauzi, V. F., Pratama, A., Fadhlansyah, H., Putri, D. R. A., & Fadhlurrahman, A. (2024). *Metode Penulisan Artikel Hukum*. 54.
- Rachmadi Usman, S. H. (2022). *Hukum persaingan usaha di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Ria Setyawati, & Rayhan Adhi Pradana. (2023). Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Pelaku Usaha Dominan Melalui Penggunaan Algoritma Harga. *UIR Law Review*, 6(2), 103–120. [https://doi.org/10.25299/uirlrev.2022.vol6\(2\).11750](https://doi.org/10.25299/uirlrev.2022.vol6(2).11750)
- Rochmah, A. (2024). *Tinjauan Maqāsid Syarī ' Ah Terhadap Penutupan Jual Beli Pada Platform Tiktok*. IAIN Ponorogo.
- Sutanto, V. E. (2023). Analisis Pendekatan Rules of Reason dalam Kasus Praktik Predatory Pricing (Studi Kasus Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020). *Wajah Hukum*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.33087/wjh.v7i1.1001>
- Tri, A., Putri, N., Praptono, E., & Idayanti, S. (2024). Predatory Pricing Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Penjualan Shopee Live. *Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 245. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v2i1.557>
- Yudistira, G. (2023). *6 Kandungan Surat Al Baqarah Ayat 148, Berlomba-lomba dalam Kebaikan*. <https://www.bsimaslahat.org/blog/6-kandungan-surat-surat-al-baqarah-ayat-148-berlomba-lomba-dalam-kebaikan/>