



Dugaan Monopoli dalam Bentuk Diskriminasi Pemilihan Otomatis Perusahaan Jasa Pengiriman yang Dilakukan Shopee

Shera Amalia Khumaira

Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, Indonesia

*Email: shera.mhui@gmail.com

DOI:10.59141/comserva.v4i9.2759

ABSTRAK

Kajian ini menganalisis dugaan praktik monopoli Shopee melalui Shopee Express dalam bentuk diskriminasi pemilihan otomatis jasa pengiriman. Dengan pendekatan doktrinal, dikaji konsepsi hukum monopoli dan persaingan usaha tidak sehat terkait penggunaan algoritma dalam *e-commerce*. Analisis menunjukkan bahwa mekanisme pemilihan otomatis yang mengarahkan penggunaan Shopee Express berpotensi melanggar prinsip persaingan usaha yang sehat dalam UU No. 5 Tahun 1999. Praktik ini menciptakan hambatan masuk bagi pelaku usaha lain dan membatasi hak konsumen untuk memilih jasa sesuai preferensi sebagaimana dijamin UU No. 8 Tahun 1999. Secara teoretis, kajian ini berkontribusi pada pengembangan doktrin monopoli dalam konteks ekonomi digital. Diperlukan penguatan pengawasan oleh KPPU dan BPKN untuk memastikan iklim persaingan usaha yang sehat di sektor *e-commerce*.

Kata kunci: monopoli, persaingan usaha tidak sehat, *e-commerce*, algoritma, perlindungan konsumen, marketplace, jasa pengiriman, diskriminasi layanan

ABSTRACT

This study analyzes Shopee's alleged monopolistic practice through Shopee Express in the form of discriminatory automatic selection of shipping services. Using a doctrinal approach, this study examines legal concepts of monopoly and unfair business competition related to algorithmic use in e-commerce. The analysis shows that the automatic selection mechanism directing the use of Shopee Express potentially violates fair competition principles under Indonesian Law No. 5 of 1999. This practice creates entry barriers for other business actors and restricts consumer rights to choose services according to their preferences as guaranteed by Indonesian Law No. 8 of 1999. Theoretically, this study contributes to developing monopoly doctrine in the digital economy context. Strengthened supervision by KPPU and BPKN is necessary to ensure a healthy competitive climate in the e-commerce sector.

Keywords: monopoly, unfair business competition, e-commerce, algorithm, consumer protection, marketplace, shipping services, service discrimination

PENDAHULUAN

Dugaan monopoli oleh Shopee melalui Shopee Express bermula dari peningkatan omzet yang signifikan dalam dua tahun terakhir. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mencurigai bahwa Shopee secara sengaja mengutamakan layanan pengiriman internalnya, Shopee Express, dibandingkan layanan pengiriman lain di platform mereka. Hal ini

menyebabkan omzet Shopee meningkat lima kali lipat. Sejak 2021, Shopee diduga membatasi pilihan jasa pengiriman bagi konsumen, yang menurut KPPU dapat menghambat persaingan sehat di sektor logistik *e-commerce*. KPPU kini tengah mengumpulkan alat bukti untuk memutuskan apakah kasus ini dapat ditingkatkan ke tahap penyidikan (Sholihin, 2019).

Kasus ini dimulai dengan pengamatan KPPU terhadap pola pengiriman di Shopee, yang menunjukkan bahwa Shopee mendorong penggunaan Shopee Express melalui algoritmanya. Hal ini menimbulkan kekhawatiran tentang monopoli dan pengurangan pilihan bagi konsumen dan penjual di *platform e-commerce*. Jika terbukti, tindakan Shopee bisa dianggap melanggar prinsip persaingan usaha yang sehat dan mengganggu pasar jasa pengiriman di Indonesia (Arief, 2024).

KPPU berusaha menentukan apakah ada cukup bukti untuk melanjutkan ke tahap penyidikan. Proses ini melibatkan pengumpulan data dan analisis lebih lanjut untuk memahami dampak dari kebijakan Shopee terhadap kompetisi di sektor ini. Dugaan monopoli ini berpotensi mengubah lanskap persaingan di industri *e-commerce*, khususnya dalam layanan pengiriman barang, jika tidak segera ditangani dengan tepat.

Penelitian terdahulu telah banyak membahas isu monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, terutama dalam konteks penerapan hukum dan kebijakan di berbagai sektor ekonomi. Beberapa studi menyoroti pentingnya regulasi untuk mencegah dominasi pasar oleh perusahaan besar, seperti yang diuraikan oleh Kansil & Sany, (2023) tentang kebijakan hukum terhadap monopoli di Indonesia. Selain itu, (Gege, 2023) merekonseptualisasi langkah-langkah pencegahan monopoli sebagai bentuk kepatuhan terhadap persaingan usaha yang sehat, dengan fokus pada implikasi hukum dan ekonomi. Namun, kajian tentang penggunaan algoritma sebagai alat monopoli di sektor *e-commerce* masih minim, meskipun riset oleh Venny dan (Venny & Asriati, 2022)(Widyanita, 2018) telah menyinggung dampak teknologi terhadap persaingan usaha dan kepuasan konsumen. Studi ini mengisi kekosongan dalam literatur dengan memadukan aspek hukum, algoritma, dan dampaknya terhadap konsumen serta pelaku usaha di era digital.

Penelitian ini memfokuskan pada analisis dugaan praktik monopoli oleh Shopee melalui Shopee Express, yang melibatkan diskriminasi pemilihan otomatis jasa pengiriman berbasis algoritma. Meski telah banyak kajian tentang persaingan usaha tidak sehat dan monopoli, studi ini mengisi celah dalam literatur dengan membahas penerapan algoritma dalam *e-commerce* yang berdampak pada persaingan usaha di sektor jasa pengiriman. Kebaruan lain adalah fokus pada aspek perlindungan konsumen dan bagaimana regulasi yang ada (UU No. 5 Tahun 1999 dan UU No. 8 Tahun 1999) dapat diterapkan dalam konteks ekonomi digital. Berdasarkan penjelasan tersebut tujuan penelitian ini yakni bagaimana mekanisme pemilihan otomatis perusahaan jasa pengiriman yang diterapkan oleh Shopee dapat dianggap sebagai bentuk monopoli. Bagaimana dampak dari praktik dugaan monopoli ini terhadap konsumen.

s

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan doktrinal yang bertujuan untuk menganalisis dugaan praktik monopoli oleh Shopee melalui mekanisme pemilihan otomatis jasa pengiriman yang mengutamakan Shopee Express. Pendekatan doktrinal dipilih karena relevansi hukum dalam isu ini, khususnya terkait dengan implementasi UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini menelaah dokumen-dokumen hukum, literatur ilmiah, dan data sekunder dari laporan lembaga pengawas seperti KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) dan artikel terkait dalam upaya memahami konteks hukum dan dampaknya (Irianto, 2017).

Selain itu, penelitian ini menggunakan analisis kasus untuk mengkaji lebih dalam mekanisme yang diterapkan oleh Shopee, yang diduga memanfaatkan algoritma untuk membatasi pilihan konsumen dan menghalangi persaingan usaha di sektor jasa pengiriman. Data primer berupa laporan kasus dari KPPU dan data sekunder dari studi literatur digunakan untuk mendukung analisis ini. Penelitian juga melibatkan eksplorasi pola kebijakan perusahaan dalam e-commerce yang serupa, baik di Indonesia maupun di negara lain, untuk mendapatkan perspektif komparatif (Samekto, 2012).

Melalui analisis komparatif, penelitian ini membandingkan kebijakan Shopee dengan praktik monopoli berbasis algoritma pada platform lain, baik nasional maupun internasional. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola serupa yang dapat menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih efektif dan sesuai dengan perkembangan ekonomi digital. Metode penelitian ini memungkinkan pemahaman yang mendalam terhadap hubungan antara kebijakan platform e-commerce, hukum persaingan usaha, dan perlindungan konsumen dalam menghadapi tantangan monopoli berbasis algoritma di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Pemilihan Otomatis Perusahaan Jasa Pengiriman Yang Diterapkan Oleh Shopee Dapat Dianggap Sebagai Bentuk Monopoli

Monopoli merupakan suatu kondisi bisnis di mana ada satu perusahaan yang memiliki layanan yang dibutuhkan oleh banyak orang. Hal ini menyebabkan perusahaan tersebut tidak memiliki pesaing (*competitor*) atau suatu kondisi pasar di mana terdapat satu atau beberapa pelaku usaha yang menguasai sebagian besar pasar untuk barang atau jasa tertentu sehingga mampu mengendalikan harga dan pasokan yang praktiknya merupakan suatu 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 (Habib et al., 2022). Penggunaan teknologi telekomunikasi yang dapat digunakan untuk menunjang sistem perdagangan online yaitu *e-commerce*. *E-commerce* yaitu berjualan melalui media elektronik (Widyanita, 2018) (Putri et al., 2022).

Mekanisme pemilihan otomatis jasa pengiriman yang diterapkan oleh Shopee dapat dianggap sebagai bentuk monopoli, yang merupakan kondisi bisnis di mana satu perusahaan menguasai layanan yang dibutuhkan banyak orang, sehingga tidak memiliki pesaing signifikan. Menurut UU No. 5 Tahun 1999 (UU 5/1999) tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, monopoli dapat terjadi ketika satu atau beberapa pelaku usaha menguasai sebagian besar pasar, mengendalikan harga dan pasokan, yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan pemasaran barang/jasa tertentu, sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan merugikan kepentingan umum (DPR RI, 1999). Dalam pasar yang

termonopoli, tidak ada efisiensi alokatif karena sumber daya tidak dialokasikan secara efisien. Eksistensi UU 5/1999 menunjukkan bahwa negara ingin membangun iklim usaha yang sehat dan aman untuk mencegah persaingan bisnis tidak sehat di masa depan. Ini penting karena Indonesia memiliki pondasi ekonomi yang kurang baik, sehingga iklim usaha yang sehat akan sangat membantu memperbaiki bisnis dan ekonomi (Kansil & Sany, 2023).

Shopee menggunakan algoritma untuk menentukan jasa pengiriman yang akan digunakan tanpa interaksi dari konsumen. Sistem ini mengarahkan konsumen untuk menggunakan Shopee Express, yang merupakan layanan pengiriman internal Shopee. Hal ini dapat diartikan sebagai bentuk diskriminasi terhadap penyedia jasa pengiriman lain dan membatasi pilihan konsumen berdasarkan preferensi harga dan kualitas layanan. Dalam pasar persaingan sempurna, tidak seorang pun memiliki kekuasaan untuk mengatur harga.

Dalam pasar yang dikuasai oleh pelaku usaha yang bersifat monopoli, biasanya tidak ada variasi produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Akibatnya, jika penawaran sepenuhnya dikendalikan oleh satu produsen, konsumen praktis tidak memiliki alternatif pilihan lain (Gege, 2023). Implikasi dari praktik ini adalah pengurangan persaingan di pasar jasa pengiriman barang. Ketika konsumen dipaksa untuk menggunakan Shopee Express, penyedia jasa pengiriman lain tidak mendapatkan kesempatan yang sama untuk menawarkan layanan mereka. Ini bertentangan dengan prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat sebagaimana diatur dalam UU No. 5 Tahun 1999. Pasal 17 UU tersebut melarang pelaku usaha untuk melakukan penguasaan atas produksi dan pemasaran barang dan jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (Indonesia, 1999).

Di dalam Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999 juga dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan praktik yang menyebabkan terjadinya pemusatan kekuatan ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang dapat merugikan masyarakat dan menghambat persaingan usaha (Indonesia, 1999). Pembagian kapasitas pasar harus sesuai dengan UU agar tidak tersentral pada konglomerasi usaha. Setiap pelaku usaha berhak mendapat kapasitas pasar untuk memutar roda perekonomian (Setiady & Apriani, 2023). Dalam kasus Shopee, algoritma yang memaksa penggunaan Shopee Express dapat dilihat sebagai bentuk pemusatan kekuatan ekonomi karena menghalangi kompetitor untuk bersaing secara adil. Implementasi dan pengawasan oleh KPPU sangat penting untuk memastikan Shopee dan platform serupa mematuhi aturan persaingan yang sehat. KPPU harus memantau praktik untuk mencegah monopoli dan memastikan semua pelaku usaha memiliki kesempatan adil untuk bersaing. Ini penting untuk kesejahteraan konsumen dan mendorong persaingan sehat di *e-commerce*.

Sehubungan dengan itu, dikenal pula istilah algoritma. Shopee menggunakan algoritma untuk menentukan jasa pengiriman yang akan digunakan tanpa interaksi dari konsumen. Sistem ini mengarahkan konsumen untuk menggunakan Shopee Express, yang merupakan layanan pengiriman internal Shopee. Hal ini dapat diartikan sebagai bentuk diskriminasi terhadap penyedia jasa pengiriman lain dan membatasi pilihan konsumen berdasarkan preferensi harga

dan kualitas layanan. Dalam pasar persaingan sempurna, tidak seorang pun memiliki kekuasaan untuk mengatur harga (Venny & Asriati, 2022).

Dampak Dari Praktik Dugaan Monopoli Shopee Terhadap Konsumen

Di dalam pasar, konsumen dikondisikan untuk lemah dan harus menerima produk apapun yang diberikan produsen. Monopoli membuat konsumen tidak memiliki kebebasan memilih produk sesuai dengan kehendak dan keinginan bahkan kebutuhan mereka (Gege, 2023). Konsumen tidak memiliki kebebasan untuk memilih jasa pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, baik dari segi harga, kecepatan pengiriman, maupun kualitas layanan. Sementara Pasal 4 huruf b UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa konsumen berhak memilih barang dan jasa sesuai dengan keinginannya (Resinta, 2018).

Dengan tidak adanya pilihan, konsumen mungkin dipaksa untuk menggunakan layanan yang lebih mahal daripada opsi lain yang tersedia di pasar. Padahal dalam konsep persaingan usaha, kesejahteraan masyarakat dan konsumen merupakan suatu *goals* atau tujuan yang tertinggi di mana konsumen memiliki kebebasan untuk membeli produk yang harganya kompetitif (Prananingtyas et al., 2017). Dampak lainnya, beberapa konsumen mungkin memiliki preferensi atau pengalaman buruk dengan Shopee Express tetapi tetap harus menggunakannya karena tidak ada pilihan lain.

Dampak lainnya, bagi Pelaku Usaha Pengiriman Barang (*competitor*), Penyedia jasa pengiriman lain mengalami kesulitan untuk masuk ke pasar yang besar seperti Shopee karena tidak diberikan akses yang setara untuk bersaing. Dengan Shopee mengarahkan pengiriman ke layanan internalnya, jasa pengiriman lain kehilangan potensi pendapatan dari konsumen Shopee. Praktik ini mengarah pada kompetisi yang tidak sehat, di mana perusahaan dengan kekuatan platform besar dapat mengendalikan pasar dan mengeliminasi persaingan. Untuk mengatasi masalah ini, KPPU dan BPKN perlu melakukan implementasi dan pengawasan yang efektif. Mereka harus memastikan Shopee dan platform serupa mematuhi aturan persaingan sehat dan tidak melakukan praktik monopoli yang merugikan konsumen dan pelaku usaha lainnya.

SIMPULAN

Dugaan monopoli oleh Shopee dalam pemilihan otomatis perusahaan jasa pengiriman memiliki dampak signifikan bagi konsumen dan pelaku usaha lainnya. Penggunaan algoritma yang mengarahkan konsumen untuk menggunakan Shopee Express menciptakan hambatan bagi penyedia jasa pengiriman lain untuk bersaing secara adil di pasar. Praktik ini memenuhi unsur-unsur monopoli yang dilarang dalam UU No. 5 Tahun 1999 karena menciptakan *barrier to entry* dan menggunakan posisi dominan platform untuk mengendalikan pasar jasa pengiriman. Dominasi Shopee Express melalui mekanisme pemilihan otomatis telah menciptakan ketidakseimbangan dalam persaingan usaha. Dalam pasar yang dikuasai satu penyedia jasa, alokasi sumber daya menjadi tidak efisien dan konsumen kehilangan manfaat

dari persaingan yang sehat. Hal ini bertentangan dengan prinsip pasar persaingan sempurna dimana semua pelaku usaha seharusnya memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing. Dalam hal ini, konsumen menjadi pihak yang paling dirugikan karena kehilangan kebebasan memilih jasa pengiriman sesuai kebutuhan dan preferensi mereka. Keterbatasan pilihan ini bertentangan dengan hak-hak konsumen yang dijamin dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tanpa adanya persaingan yang sehat, konsumen juga berpotensi mengalami kerugian dari segi harga dan kualitas layanan. Intervensi dan pengawasan dari KPPU dan BPKN sangat diperlukan untuk memastikan berjalannya persaingan usaha yang sehat di sektor *e-commerce*. Diperlukan juga pengembangan regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi untuk mencegah penyalahgunaan algoritma sebagai alat untuk melakukan praktik monopoli di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, A. M. (2024). Shopee Diduga Monopoli Lewat Shopee Express, KPPU: Omzet 5 Kali Lipat. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/amp/digital/e-commerce/65c204ad87f2a/shopee-diduga-monopoli-lewat-shopee-express-kppu-omzet-5-kali-lipat>
- DPR RI, R. R. P. P. (1999). Rancangan Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jakarta: Sekretariat Jenderal DPR RI*.
- Gege, S. A. (2023). Rekonseptualisasi Bentuk Pencegahan Praktek Monopoli Sebagai Salah Satu Program Kepatuhan Terhadap Persaingan Usaha. *Journal of Studia Legalia*, 4(01), 116–128.
- Habib, M., Sunlaydi, D. B., Pridasa, Y., & Sutopo, H. O. (2022). Urgensi Revisi Undang-undang Anti Monopoli Indonesia Studi Perbandingan Fair Trade Commission Jepang. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(1), 107–114.
- Indonesia, P. P.-U. R. (1999). Undang-undang tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jakarta: Sekretariat Negara*.
- Irianto, S. (2017). Metode Penelitian Kualitatif Dalam Metodologi Penelitian Ilmu Hukum. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 32(2), 155–172.
- Kansil, C. S. T., & Sany, A. M. (2023). Kebijakan Hukum Terhadap Monopoli Bisnis di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(2), 1960–1965.
- Prananingtyas, P., Lubis, A. F., Anggraini, A. M. T., & Toha, K. (2017). *Hukum Persaingan Usaha*.
- Putri, N. K., Septianti, D., & Fitriana, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tridnanti Palembang Pengguna Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 11(2).
- Resinta, M. (2018). Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Produk Makanan Yang Telah Kadaluwarsa Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Paradigma Hukum Pembangunan*, 3(01), 30–46.
- Samekto, Fxa. (2012). Menggugat Relasi Filsafat Positivisme Dengan Ajaran Hukum Doktrinal. *Jurnal Dinamika Hukum*, 12(1), 74–84.
- Setiady, A. D. P., & Apriani, R. (2023). Konsekuensi Hukum Perusahaan Konglomerasi Dalam Aplikatif Monopoli Menimbulkan Eskalasi Pasar Persaingan Tidak Sehat. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(11), 9–16.
- Sholihin, R. (2019). *Digital marketing di Era 4.0*. Anak Hebat Indonesia.
- Venny, S., & Asriati, N. (2022). Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 184–194.
- Widyanita, F. A. (2018). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan konsumen shopee Indonesia pada Mahasiswa FE UII pengguna shopee*.
-

Shera Amalia Khumaira

Dugaan Monopoli dalam Bentuk Diskriminasi Pemilihan Otomatis Perusahaan Jasa Pengiriman yang Dilakukan Shopee



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).