

Analisis Yuridis terhadap Dugaan Praktik Monopoli dalam Pemilihan Otomatis Jasa Pengiriman Shopee Express di Marketplace Shopee Berdasarkan Pasal 19 Huruf D dan Pasal 25 Ayat (1) Huruf A UU No. 5 Tahun 1999

Osama Usman Hidayatullah, Ratih Damayanti

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

Corresponding Author:

usmanhidayat Osama@students.unnes.ac.id

ISSN 2964-3848

QRCBN 62-6861-0144-710

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis secara yuridis dugaan praktik monopoli dalam kebijakan pemilihan otomatis jasa pengiriman Shopee Express pada platform *marketplace* Shopee, ditinjau berdasarkan Pasal 19 huruf d dan Pasal 25 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif, yaitu dengan menelaah peraturan perundang-undangan, teori hukum, serta putusan-putusan yang relevan guna mengidentifikasi kesesuaian kebijakan tersebut dengan prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat. Berdasarkan kajian normatif, kebijakan pemilihan otomatis yang mengarahkan konsumen pada penggunaan Shopee Express tanpa memberikan kebebasan untuk memilih jasa pengiriman lain berpotensi menimbulkan praktik diskriminatif dan penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha. Kondisi ini dapat menghambat masuknya pelaku usaha lain dalam pasar

jasa pengiriman serta mengurangi alternatif pilihan bagi konsumen. Analisis terhadap norma hukum yang berlaku menunjukkan bahwa tindakan tersebut dapat memenuhi unsur-unsur pelanggaran terhadap ketentuan larangan praktik monopoli sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam melakukan penegakan hukum guna menjaga iklim persaingan usaha yang sehat dan berkeadilan.

Kata kunci: praktik monopoli, persaingan usaha, shopee express, pendekatan normatif.

PENDAHULUAN

Penelitian ini menganalisis dugaan praktik monopoli Shopee (PT Shopee International Indonesia) melalui Shopee Express (PT Nusantara Ekspres Kilat) dalam bentuk diskriminasi pemilihan otomatis jasa pengiriman. Dengan pendekatan non-doktrinal, dikaji dengan konsep hukum positif Indonesia 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 sebagaimana diatur dalam UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 19 huruf d yang berbunyi “Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa: melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu”, dan Pasal 25 ayat (1) huruf a yang berbunyi “Pelaku Usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk: menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas”.

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 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf b yang berbunyi “Hak konsumen adalah: hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”. Secara teoretis, kajian ini berkontribusi pada pengembangan doktrin monopoli dalam konteks ekonomi digital. Diperlukan penguatan pengawasan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) untuk memastikan iklim persaingan usaha yang sehat di sektor *e-commerce*. (Octavi & Tejomurti, 2025)

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 Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dapat menghambat persaingan sehat di sektor logistik *e-commerce*. (Akhiri *Dugaan Monopoli, KPPU Terima Perubahan Antarmuka Jasa Logistik Di Aplikasi Shopee*, n.d.) Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) kini tengah mengumpulkan alat bukti untuk memutuskan apakah kasus ini dapat ditingkatkan ke tahap penyidikan. Kasus ini dimulai dengan pengamatan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (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.(Khumaira, 2025) Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) berusaha menentukan apakah ada cukup bukti untuk melanjutkan ke tahap penyidikan.

Penelitian ini fokus pada analisis kasus 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, penelitian 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 sebagaimana diatur dalam UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dapat diterapkan dalam konteks ekonomi digital. Berdasarkan penjelasan tersebut tujuan penelitian ini adalah tentang bagaimana mekanisme pemilihan otomatis perusahaan jasa pengiriman yang diterapkan oleh Shopee dapat dianggap sebagai bentuk monopoli.(Samadi et al., 2024)

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Konseptual

Dalam membahas persoalan hukum yang timbul akibat praktik algoritmik dalam ekosistem digital seperti Shopee, penulis terlebih dahulu menelusuri secara konseptual istilah dan gagasan utama yang menjadi fondasi analisis, praktik monopoli, persaingan usaha, Shopee Express sebagai entitas yang relevan dalam konteks hukum persaingan, serta pendekatan normatif yang digunakan untuk mengurai permasalahan ini.

Praktik monopoli, dalam kajian hukum, bukan sekadar penguasaan tunggal atas pasar secara *de facto*, melainkan mencakup pula tindakan yang berpotensi membatasi atau bahkan menutup ruang gerak pelaku usaha lain secara tidak

wajar. Dalam ranah ini, monopoli dipandang bukan hanya dari sisi struktur pasar, tetapi juga dari cara pelaku usaha menyusun strategi bisnisnya, apakah strategi itu menciptakan eksklusivitas yang merugikan pasar, ataukah masih berada dalam batas-batas kompetisi yang wajar. Monopoli menjadi lebih kompleks ketika dibalut dalam kemasan algoritmik, tersembunyi di balik barisan kode yang menentukan apa yang dilihat, dipilih, dan digunakan oleh konsumen tanpa disadari sepenuhnya. (Putra, 2021)

Dalam dunia ekonomi digital, persaingan usaha menjadi arena yang tidak lagi terikat pada batas fisik pasar, melainkan ditentukan oleh akses pada teknologi, data, dan kendali sistem. Persaingan tidak lagi hanya antar produk, tetapi antar sistem, antar algoritma, dan antar ekosistem. Dalam konteks ini, peran Shopee sebagai salah satu pelaku *e-commerce* terbesar di Indonesia menjadi sangat sentral. Shopee tidak hanya bertindak sebagai penyedia layanan jual beli daring, tetapi juga sebagai pengatur lalu lintas transaksi, termasuk dalam menetapkan penyedia jasa logistik. Kehadiran Shopee Express sebagai layanan pengiriman milik sendiri memperkuat posisi Shopee, dan pada titik tertentu dapat menimbulkan pertanyaan hukum: apakah pemilihan otomatis jasa pengiriman milik sendiri itu semata efisiensi, ataukah telah menjurus pada penyalahgunaan posisi dominan?

Shopee Express, dalam konteks ini, bukan hanya sekadar nama jasa logistik, tetapi bagian dari infrastruktur internal Shopee yang mengintegrasikan layanan dari hulu ke hilir. Ketika sistem menetapkan Shopee Express secara *default*, dan konsumen harus secara manual mengubahnya jika ingin menggunakan jasa lain, maka ada kemungkinan terjadi pengalihan preferensi yang tidak sepenuhnya lahir dari pilihan bebas konsumen. Fenomena ini menarik untuk dikaji melalui pendekatan hukum, karena dalam hukum persaingan usaha Indonesia, keadilan dalam berkompetisi menjadi prinsip utama yang harus dijaga.

Untuk memahami dan menilai praktik semacam itu, penulis menggunakan pendekatan normatif, yakni pendekatan yang menjadikan norma hukum sebagai basis utama analisis. Pendekatan ini melihat hukum sebagai sesuatu yang ada dalam teks dan struktur perundang-undangan, bukan sebagai produk dari statistik atau survei lapangan. (Wiraguna et al., 2025) Dalam pendekatan ini, penulis mengkaji Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sebagai rujukan utama, disertai peraturan pelaksana dan pedoman teknis dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Pendekatan normatif juga memberikan ruang untuk memahami asas dan prinsip umum dalam hukum, seperti asas keadilan, keseimbangan, dan keterbukaan pasar, yang menjadi kompas etis dalam menilai sah tidaknya sebuah strategi bisnis.

Dengan memadukan pemahaman konseptual tentang monopoli dan persaingan usaha, serta menempatkan Shopee Express dalam kerangka hukum digital modern, pendekatan normatif ini diharapkan mampu menguraikan persoalan yang tampaknya sederhana seperti pemilihan otomatis jasa pengiriman namun sejatinya menyimpan dinamika hukum yang kompleks dan berdampak luas bagi ekosistem niaga digital.

Kajian Teori

Untuk memperkuat kerangka analisis yang digunakan dalam penulisan ini, sejumlah teori hukum dan ekonomi digunakan sebagai lensa akademik dalam memahami serta menilai dugaan praktik monopoli oleh Shopee melalui pemanfaatan algoritma dalam sistemnya.

Salah satu teori yang relevan adalah Teori Struktur Perilaku Kinerja (*Structure Conduct Performance Theory*) yang menjelaskan bahwa struktur pasar memengaruhi perilaku pelaku usaha, dan pada akhirnya memengaruhi kinerja pasar secara keseluruhan. (Thai, 2024) Jika suatu pasar didominasi oleh satu pelaku usaha, maka perilaku eksklusif yang membatasi akses bagi pesaing sangat mungkin terjadi, dan

hasil akhirnya adalah distorsi terhadap efisiensi, harga, dan pilihan konsumen. Dalam konteks Shopee, dominasi terhadap platform dan jasa pengiriman internal dapat mengubah perilaku pasar logistik *e-commerce* secara keseluruhan.(Natsya et al., 2024)

Selain itu, penulis juga merujuk pada Teori Penyalahgunaan Posisi Dominan, yang secara tegas menyatakan bahwa kepemilikan atas posisi dominan bukanlah suatu pelanggaran, tetapi menjadi masalah hukum ketika posisi tersebut digunakan untuk menghambat persaingan atau merugikan konsumen. Dalam hal ini, penetapan Shopee Express sebagai jasa pengiriman default patut dicermati apakah bertujuan meningkatkan efisiensi atau justru mempersempit ruang gerak jasa pengiriman lain di platform yang sama.

Di era digital, teori-teori klasik hukum persaingan mulai dikembangkan lebih lanjut melalui apa yang disebut sebagai Teori Kekuasaan Pasar Berbasis Algoritma (*Algorithmic Market Power Theory*).(*The Impact of Algorithms on Competition and Competition Law - ProMarket*, n.d.) Teori ini menyoroti bagaimana algoritma dapat digunakan untuk menyusun skenario pasar yang menguntungkan satu pihak saja, dengan menyamarkan intervensi melalui tampilan antarmuka atau pemrograman sistem.(Bar-Gill et al., 2022) Ketika algoritma digunakan untuk secara otomatis menetapkan pilihan konsumen, maka ada potensi pelanggaran atas prinsip transparansi dan kebebasan berkontrak.

Terakhir, untuk mendukung perspektif perlindungan konsumen, digunakan pula Teori Keseimbangan Hak dan Kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Teori ini menggarisbawahi pentingnya informasi yang memadai, pilihan yang setara, serta keterlibatan aktif konsumen dalam menentukan preferensinya. Ketika sistem digital secara otomatis menetapkan pilihan tanpa keterlibatan konsumen, maka terdapat kekhawatiran bahwa hak konsumen untuk menentukan dengan sadar telah terganggu oleh mekanisme

sistemik yang tak kasatmata. (Michal S. Gal & Niva Elkin-Koren, 2017)

Dengan pendekatan teoritik tersebut, penulis tidak hanya bertumpu pada norma-norma tertulis, tetapi juga membawa analisis ini dalam lanskap wacana akademik yang lebih luas. Teori menjadi jembatan yang menghubungkan praktik yang terjadi di lapangan dengan norma hukum, serta memperkaya perspektif dalam memahami realitas hukum yang terus berkembang seiring majunya teknologi.

METODE

Dalam menyusun analisis ini, penulis menapaki jalur metodologis yang berpijak pada pendekatan hukum normatif. Pendekatan ini dipilih karena relevan dengan tujuan utama penulisan, yakni untuk memahami dan menafsirkan norma-norma hukum yang berlaku, serta menelaah bagaimana norma-norma tersebut memberikan jawaban terhadap persoalan hukum yang muncul dalam praktik ekonomi digital, khususnya dalam konteks pemilihan otomatis jasa pengiriman Shopee Express oleh platform Shopee.

Penelitian hukum normatif berangkat dari keyakinan bahwa hukum bukan sekadar fakta sosial, melainkan suatu sistem nilai dan norma yang hidup dalam tatanan peraturan perundang-undangan. Oleh karena itu, hukum dipahami sebagai sesuatu yang *in concreto* telah ditetapkan oleh pembentuk undang-undang, dan dalam penelitian ini, hukum menjadi objek utama yang dikaji melalui pendekatan tekstual dan sistematis. Penulis menelusuri bunyi pasal demi pasal, merunut logika yang tersimpan di balik redaksi Pasal 19 huruf d dan Pasal 25 ayat (1) huruf a dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, lalu menautkannya dengan realitas digital yang berkembang begitu pesat.

Bahan hukum yang digunakan dalam penulisan ini terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer, sebagai tulang punggung penelitian, mencakup undang-undang dan peraturan yang berlaku, terutama yang terkait

dengan larangan praktik monopoli, persaingan usaha tidak sehat, dan perlindungan konsumen. Di samping itu, bahan hukum sekunder berupa buku-buku hukum, artikel ilmiah, pendapat para pakar, dan dokumen hasil kajian institusi hukum turut memperkaya analisis. Sementara itu, bahan hukum tersier hadir sebagai penopang yang memberikan klarifikasi konseptual atas istilah atau asas-asas hukum yang digunakan.

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) menjadi pintu masuk utama dalam memahami konteks legal dari kasus yang dikaji. Melalui pendekatan ini, penulis menelaah struktur dan isi norma dalam UU No. 5 Tahun 1999, berikut peraturan pelaksana dan pedoman teknis dari KPPU yang berkaitan. Namun, karena persoalan yang diangkat tidak semata-mata berada di wilayah norma tertulis, penulis juga menggabungkannya dengan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), yang memungkinkan eksplorasi lebih dalam terhadap gagasan tentang algoritma, posisi dominan, dan bentuk-bentuk baru monopoli dalam ekonomi digital.

Tidak berhenti pada pencarian norma, proses analisis dilakukan secara kualitatif dengan menekankan pada interpretasi yuridis dan argumentasi sistematis. Penulis mencoba merajut benang merah antara kaidah hukum dengan praktik yang berkembang, antara teori yang hidup di ruang akademik dengan tantangan hukum yang timbul di lapangan. Narasi hukum dibangun tidak hanya sebagai penjabaran pasal, tetapi sebagai cerita intelektual yang menghubungkan hukum, teknologi, dan keadilan.

Dengan metode ini, penulis berharap dapat memberikan sumbangsih pemikiran yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga kontekstual, serta mampu menjadi referensi dalam pengembangan regulasi dan kebijakan di masa depan, khususnya dalam menghadapi dominasi kekuatan algoritma di ranah digital.

PEMBAHASAN

Apakah mekanisme pemilihan otomatis perusahaan jasa pengiriman yang ditetapkan oleh shopee dapat dianggap sebagai bentuk monopoli berdasarkan hukum positif di Indonesia?

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam model bisnis dan struktur pasar, termasuk dalam sektor perdagangan elektronik (*e-commerce*). Salah satu aktor utama dalam ekosistem *e-commerce* di Indonesia adalah Shopee, yang tidak hanya berperan sebagai platform perdagangan, tetapi juga sebagai pihak yang memiliki kontrol substansial terhadap infrastruktur pendukung, seperti sistem pembayaran dan layanan pengiriman. Dalam kerangka ini, Shopee diketahui menetapkan mekanisme pemilihan otomatis jasa pengiriman yang secara default memilih Shopee Express sebagai penyedia logistik utama dalam transaksi di platformnya. (Harlan et al., 2025)

Permasalahan hukum yang muncul adalah apakah mekanisme tersebut dapat dikualifikasikan sebagai praktik monopoli atau penyalahgunaan posisi dominan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Secara normatif, hal ini menuntut analisis terhadap ketentuan Pasal 19 huruf d yang melarang pelaku usaha melakukan tindakan yang dapat menghambat pelaku usaha lain bersaing dalam pasar yang bersangkutan, serta Pasal 25 ayat (1) huruf a yang melarang pelaku usaha yang memiliki posisi dominan untuk menetapkan syarat-syarat perdagangan yang dapat mengakibatkan terhambatnya konsumen untuk memperoleh barang dan/atau jasa dari pesaing usaha. (Wardhani, 2022)

Shopee, sebagai penyelenggara platform sekaligus pemilik dan pengelola Shopee Express, berada dalam posisi yang memiliki kekuasaan struktural terhadap proses transaksi. Sistem pemilihan otomatis yang diterapkan secara sepihak oleh Shopee tidak memberikan ruang yang cukup bagi konsumen untuk memilih alternatif jasa pengiriman secara bebas. (Bima Alfian & Murniati, 2024) Kondisi ini menunjukkan indikasi

adanya pemanfaatan kekuasaan pasar untuk mengarahkan preferensi konsumen terhadap layanan logistik yang secara korporatif terafiliasi dengan penyelenggara platform.

Dalam perspektif hukum positif Indonesia, praktik semacam ini berpotensi melanggar prinsip persaingan usaha yang sehat. Berdasarkan pendekatan yuridis normatif, tindakan Shopee dapat dipandang sebagai bentuk hambatan struktural terhadap pelaku usaha lain untuk masuk atau bertahan dalam pasar logistik yang terhubung dengan perdagangan digital. Hal ini menjadi semakin problematis karena tidak terdapat mekanisme yang memungkinkan penjual maupun konsumen untuk secara aktif memilih penyedia logistik lain tanpa melalui proses yang rumit atau tersembunyi. (Firdausa Pratonggopati et al., 2024)

Lebih lanjut, praktik pemilihan otomatis jasa pengiriman oleh Shopee menunjukkan adanya indikasi eksklusivitas dalam pemanfaatan infrastruktur digital, di mana pelaku usaha dominan tidak semata-mata berkompetisi melalui kualitas layanan, tetapi melalui penguasaan sistem distribusi digital yang bersifat tertutup. Akibatnya, pelaku usaha jasa pengiriman lain tidak memperoleh akses yang setara untuk bersaing dalam pasar yang dimediasi oleh platform digital tersebut.

Dengan demikian, berdasarkan penelusuran normatif terhadap ketentuan hukum positif yang berlaku, khususnya Pasal 19 huruf d dan Pasal 25 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dapat disimpulkan bahwa mekanisme pemilihan otomatis jasa pengiriman oleh Shopee setidaknya tidaknya memenuhi unsur dugaan praktik monopoli dan penyalahgunaan posisi dominan. Oleh karena itu, praktik ini layak untuk ditelaah lebih lanjut oleh otoritas pengawas persaingan usaha, guna memastikan tidak terjadinya distorsi pasar yang merugikan pelaku usaha lain maupun konsumen secara sistemik.

Bagaimana dampak dari praktik dugaan monopoli shopee terhadap konsumen dan apa langkah dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), Badan Perlindungan

Konsumen Nasional (BPKN), dan Pemerintah dalam hal pengawasan dan intervensi guna mencegah penyalahgunaan algoritma sebagai alat untuk melakukan praktik monopoli di era digital?

Dalam ekosistem digital yang semakin kompleks, relasi antara pelaku usaha, konsumen, dan penyelenggara platform mengalami transformasi yang fundamental. Di tengah dinamika tersebut, muncul suatu bentuk praktik yang menimbulkan kekhawatiran dari sisi hukum dan etika, yakni pemanfaatan algoritma oleh pelaku usaha dominan untuk mengarahkan perilaku pasar, baik secara langsung maupun tidak langsung. (*Manipulasi Algoritma Oleh Platform Bisnis Social-Commerce Di Era Ekonomi Digital Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, n.d.) Hal ini menjadi relevan dalam konteks kebijakan Shopee yang menetapkan jasa pengiriman Shopee Express sebagai pilihan *default* dalam sistem transaksinya.

Dampak dari praktik tersebut terhadap konsumen tidak dapat dianggap remeh. Secara substansial, konsumen kehilangan hak untuk melakukan pilihan rasional terhadap jasa pengiriman yang tersedia di pasar. Penetapan otomatis jasa pengiriman berpotensi menghilangkan transparansi harga, waktu pengiriman, serta mutu layanan. Di sisi lain, konsumen tidak diberikan informasi yang memadai mengenai keberadaan alternatif jasa pengiriman lain yang dapat memberikan layanan lebih kompetitif. Keadaan ini menciptakan asimetri informasi dan mengakibatkan konsumen menjadi subjek pasif dalam sistem transaksi digital yang seharusnya bersifat inklusif dan berorientasi pada perlindungan hak-hak mereka. (Octavo & Gunadi, 2024)

Fenomena ini menunjukkan bagaimana algoritma, yang pada awalnya dirancang untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan, dapat beralih fungsi menjadi alat dominasi pasar apabila tidak diawasi secara memadai. Ketika algoritma bekerja dalam ekosistem tertutup, tanpa transparansi maupun mekanisme akuntabilitas, maka kekuasaan untuk mengatur

arus informasi, preferensi konsumen, bahkan arah kompetisi pasar, berpindah ke tangan platform digital itu sendiri. (Alamin et al., 2023) Dalam hal ini, Shopee sebagai penyelenggara sekaligus pengendali sistem logistik, berada dalam posisi strategis yang dapat menentukan struktur pasar dan perilaku konsumen secara sepihak.

Dalam kerangka hukum positif Indonesia, terdapat beberapa institusi yang secara normatif memiliki peran dan kewenangan dalam melakukan pengawasan serta intervensi terhadap praktik semacam ini. Pertama, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) merupakan lembaga negara independen yang diberikan mandat oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 untuk menegakkan prinsip persaingan usaha yang sehat. Dalam menghadapi praktik dugaan monopoli yang dilakukan melalui instrumen digital seperti algoritma, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) perlu memperluas pendekatan penegakannya, tidak hanya pada perilaku pasar secara fisik, tetapi juga pada bentuk-bentuk dominasi baru yang muncul melalui pengendalian sistem digital dan infrastruktur logistik.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) seyogianya dapat mengembangkan instrumen pemeriksaan baru, termasuk melalui audit algoritmik, permintaan keterbukaan data pengaturan sistem logistik, serta analisis dampak terhadap pelaku usaha lain dan konsumen. Dengan demikian, pendekatan normatif dapat bersinergi dengan pendekatan teknis dan empiris, guna menghasilkan putusan yang responsif terhadap dinamika pasar digital kontemporer.

Kedua, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) sebagai lembaga yang berfungsi memberikan masukan kepada pemerintah dalam upaya perlindungan konsumen, memiliki peran strategis dalam konteks ini. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dapat mendorong kebijakan yang mewajibkan keterbukaan sistem pilihan jasa pengiriman di platform digital, termasuk transparansi dalam pengaturan algoritma. Hal ini penting agar konsumen dapat mengakses informasi yang lengkap dan membuat keputusan berdasarkan

pertimbangan rasional, bukan berdasarkan pengondisian sistem yang bersifat sepihak.

Ketiga, peran Pemerintah, khususnya kementerian teknis seperti Kementerian Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, serta Kementerian Koperasi dan UKM, menjadi sangat krusial dalam membentuk kebijakan makro yang mengatur pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan perdagangan. Pemerintah perlu mulai menyusun kerangka regulatif yang mengatur etika penggunaan algoritma dalam ekosistem digital, baik melalui peraturan sektoral maupun integrasi ke dalam revisi Undang-Undang yang berkaitan dengan perdagangan digital dan perlindungan konsumen.

Beberapa langkah konkret yang dapat dilakukan antara lain adalah penyusunan pedoman etika penggunaan algoritma, penguatan standar transparansi dan akuntabilitas platform digital, serta pembentukan lembaga atau unit khusus yang mengawasi penerapan algoritma dalam transaksi perdagangan. Langkah-langkah ini merupakan bentuk nyata dari kehadiran negara dalam menjamin bahwa perkembangan teknologi tidak menimbulkan distorsi terhadap asas keadilan, keterbukaan, dan persaingan sehat dalam pasar.

Dengan demikian, dampak dari praktik dugaan monopoli yang dilakukan melalui penetapan otomatis Shopee Express tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha pesaing, tetapi juga oleh konsumen secara langsung. Dalam era digital yang sangat dipengaruhi oleh mekanisme algoritmik, pengawasan terhadap penyalahgunaan sistem digital menjadi kebutuhan yang mendesak. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), dan Pemerintah memiliki tanggung jawab kolektif untuk memastikan bahwa penggunaan algoritma oleh pelaku usaha tidak menjadi instrumen monopolisasi pasar, tetapi tetap dalam koridor hukum dan prinsip-prinsip persaingan yang adil.

Berdasarkan hasil analisis yuridis terhadap mekanisme pemilihan otomatis jasa pengiriman Shopee Express oleh platform Shopee, ditemukan bahwa praktik tersebut secara

substansial berpotensi melanggar prinsip persaingan usaha yang sehat sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Penetapan jasa pengiriman secara otomatis tanpa memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih alternatif lain merupakan bentuk pengondisian pasar yang dapat menghambat pelaku usaha jasa pengiriman lainnya untuk bersaing secara adil. Secara normatif, tindakan ini memenuhi unsur dalam Pasal 19 huruf d dan Pasal 25 ayat (1) huruf a UU No. 5 Tahun 1999, yang mengatur larangan praktik monopoli dan penyalahgunaan posisi dominan.

Selain itu, dari sisi dampak, praktik ini tidak hanya berpengaruh terhadap struktur kompetisi antar pelaku usaha, tetapi juga secara langsung menimbulkan kerugian bagi konsumen, terutama dalam bentuk hilangnya kebebasan memilih, potensi kenaikan biaya, serta keterbatasan transparansi informasi. (*Analisis Penggunaan Algoritma Dalam Penetapan Harga Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia = Analysis of the Use of Algorithms in Price Fixing under Competition Law in Indonesia*, n.d.) Di era digital, di mana algoritma menjadi penggerak utama dalam proses transaksi daring, penyalahgunaan sistem digital untuk mengarahkan perilaku pasar memunculkan tantangan baru dalam penegakan hukum persaingan usaha. Oleh karena itu, peran aktif lembaga pengawas seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), serta partisipasi Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Pemerintah dalam merumuskan regulasi algoritmik, menjadi sangat penting dalam rangka mencegah eksese negatif dari konsentrasi kekuasaan digital yang berpotensi mengarah pada praktik monopoli terselubung. (*Manipulasi Algoritma Oleh Platform Bisnis Social-Commerce Di Era Ekonomi Digital Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, n.d.)

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut.

Pertama, mekanisme pemilihan otomatis jasa pengiriman Shopee Express oleh platform Shopee berpotensi menimbulkan praktik monopoli dan penyalahgunaan posisi dominan, sebagaimana dilarang dalam Pasal 19 huruf d dan Pasal 25 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Penetapan Shopee Express secara default sebagai mitra logistik tanpa memberikan pilihan terbuka bagi konsumen dan penjual mengindikasikan adanya hambatan struktural terhadap pelaku usaha lain, sekaligus membatasi hak konsumen untuk membuat keputusan rasional atas dasar harga, kualitas, dan kecepatan layanan. Kedua, praktik semacam ini tidak hanya berdampak pada struktur persaingan usaha yang tidak sehat, melainkan juga merugikan konsumen secara langsung. Dalam konteks ini, peran algoritma yang digunakan oleh platform *e-commerce* tidak lagi bersifat netral, melainkan menjadi instrumen dominasi pasar apabila tidak diawasi dengan ketat. Oleh karena itu, perlindungan terhadap konsumen dan keberlanjutan persaingan usaha yang adil di era digital membutuhkan pendekatan hukum yang adaptif dan progresif. Ketiga, pengawasan dan intervensi dari lembaga-lembaga seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), serta Pemerintah, menjadi sangat penting untuk mencegah penyalahgunaan teknologi digital, khususnya algoritma, sebagai alat untuk menciptakan struktur pasar yang eksklusif. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) perlu mengembangkan metode pemeriksaan terhadap platform digital berbasis audit algoritmik dan transparansi sistem. Di sisi lain, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Pemerintah perlu mendorong regulasi yang menekankan keterbukaan data, perlindungan hak konsumen, dan akses yang setara terhadap pasar digital.

DAFTAR PUSTAKA

Akhiri Dugaan Monopoli, KPPU Terima Perubahan Antarmuka Jasa Logistik di Aplikasi Shopee. (n.d.). Retrieved May 25, 2025, from

https://money.kompas.com/read/2024/06/26/142306926/akhiri-dugaan-monopoli-kppu-terima-perubahan-antarmuka-jasa-logistik-di?utm_source=chatgpt.com

Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>

Analisis Penggunaan Algoritma dalam Penetapan Harga Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia = Analysis of the Use of Algorithms in Price Fixing under Competition Law in Indonesia. (n.d.). Retrieved May 28, 2025, from <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20514900&lokasi=lokal>

Bar-Gill, O., Sunstein, C. R., & Talgam-Cohen, I. (2022). Algorithmic Harm in Consumer Markets. *Journal of Legal Analysis*, 15(1), 1–47. <https://doi.org/10.1093/jla/laad003>

Bima Alfian, F., & Murniati, R. (2024). Self-preferencing: Practices and Characteristics of Abuse of Dominant Position in Digital Markets. *Jurnal Persaingan Usaha*, 4(1), 33–44. <https://doi.org/10.55869/kppu.v4i1.153>

Firdausa Pratonggopati, H., Salsabilla Novalika, A., & Afriana, A. (2024). Barrier to Entry Terhadap Jasa Ekspedisi Pada Aktivitas Perdagangan Online di Indonesia Ditinjau Dari Aspek Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(12), 1004–1012. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i12.1075>

Harlan, F. B., Tarigan, Y., Riadi, S., & Sitompul, A. M. (2025). Analysis of E-Commerce Logistic Service Quality on Customer Satisfaction, Loyalty, and Brand Image in Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 15(1), 118–127. <https://doi.org/10.32479/irmm.17503>

Khumaira, S. A. (2025). Dugaan Monopoli dalam Bentuk Diskriminasi Pemilihan Otomatis Perusahaan Jasa Pengiriman yang Dilakukan Shopee. 4(9), 2869–2875. <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i9.2759>

Manipulasi Algoritma oleh Platform Bisnis Social-Commerce di Era Ekonomi Digital dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. (n.d.). Retrieved May 28, 2025, from https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/250029?utm_source=chatgpt.com

Michal S. Gal, & Niva Elkin-Koren. (2017). Algorithmic Consumers. *Harvard Journal of Law & Technology*, 30(2). https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://jolt.law.harvard.edu/assets/articlePDFs/v30/30HarvJLTech309.pdf&ved=2ahUKEwiJnP_ewuuHAXg9zgGHXytMQcQFnoECBMQAQ&usg=AOvVaw1wXkj55w2MpBNlIR2Wlfc t

Natsya, A. F., Indonesia, U. P., Hurriyanti, R., Indonesia, U. P., Widiajanta, B., & Indonesia, U. P. (2024). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Optimizing Customer Satisfaction on the Shopee E-Commerce Platform: A Comprehensive Analysis of E-Logistics Mediated by Electronic Service Quality and Feature Utilization.* 11(1), 151–156.

Octavi, E. D., & Tejomurti, K. (2025). *Praktik Pemilihan Jasa Pengiriman pada E-Commerce ditinjau dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha.* 5(1), 138–145.

Octavo, V. J., & Gunadi, A. (2024). *Dampak Monopoli Jasa Pengiriman dalam E-commerce terhadap Hak Konsumen: Kajian Peran Lembaga Perlindungan Konsumen.* 7(1), 697–701.

Putra, A. S. (2021). *Hukum Persaingan 4.0: Issue Bigdata, Artificial Intelligence dan Blockchain dalam Konteks Hukum Persaingan Usaha di Era Industri Ekonomi Digital.* *Dharmasiswa: Jurnal Program Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia*, 1(3), 1131–1134.

Samadi, J., Tunggati, M. T., & Suaib, S. O. (2024). *Legal Analysis of Monopolistic Practices of Delivery Services (Courier) by E-Commerce Platforms Based on the Principles of Justice (Study on Case Number : 04 / KPPU-I / 2024).* 8(3), 322–338.

Thai, S. Le. (2024). Integrating The Structure-Conduct-Performance Framework and Logistics Performance Index to

Assess Logistics Performance Determinants in Developing Countries: Evidence from Vietnam. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, 11(12), 408–424. <https://doi.org/10.33168/JLISS.2024.1220>

The Impact of Algorithms on Competition and Competition Law - ProMarket. (n.d.). Retrieved May 25, 2025, from https://www.promarket.org/2023/05/23/the-impact-of-algorithms-on-competition-and-competition-law/?utm_source=chatgpt.com

Wardhani, W. E. (2022). Analisis Yuridis Indikator Penyalahgunaan Posisi Dominan Menurut Pasal 25 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 Dalam Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu). *Brawijaya Law Student Journal*.

<https://hukum.studentjournal.ub.ac.id/index.php/hukum/article/view/4912>

Wiraguna, S. A., Hukum, F., Esa, U., & Jeruk, K. (2025). *Eksplorasi Metode Penelitian Dengan Pendekatan*.