

Siap Bersaing! KPPU Talks Mengenai Hadapi Persaingan di Era Global

KPPU ajak stakeholder untuk siap bersaing menghadapi persaingan di era global dan ekonomi digital.

Dalam menghadapi era persaingan global dan semakin pesatnya ekonomi digital di Indonesia, mau tidak mau seluruh elemen masyarakat harus siap bersaing. KPPU mengajak para stakeholder untuk siap bersaing menghadapi persaingan di era global dengan menyelenggarakan KPPU Talks Siap Bersaing: Memahami Persaingan Usaha di Era Global, pada tanggal 28 Agustus 2019, di Go Work Lantai 7, FX Mall Sudirman Jakarta.

Ada tiga topik utama yang diangkat dalam diskusi publik ini yaitu kepatuhan terhadap hukum persaingan usaha, anak muda bicara kopi — persaingan brand lokal & internasional, dan industri aplikasi (apps) dalam kancah lokal & global.

Selain Anggota Komisi KPPU yakni Kodrat Wibowo, Chandra Setiawan, dan Harry Agustanto, diskusi publik ini juga dihadiri oleh beberapa pelaku usaha sebagai panelis pada tiga sesi diskusi. Seperti Handoko Hendroyono (CoFounder Filosofi Kopi, Kebun Ide, dan MbloSPACE), Adi Haryono (Direktur Kopi Kapal Api Global), Ivan Chen (Founder Anantarupa VR & AR), Pamitra Wineka (CoFounder & President TaniHub).

Pada sesi pertama, disampaikan pemahaman mengenai Program Kepatuhan terhadap Undang-undang No.5 Tahun 1999 oleh Komisioner KPPU Chandra Setiawan. Program kepatuhan persaingan diresmikan di Jakarta pada akhir tahun 2016. Tujuan program ini adalah agar pelaku usaha memahami nilai-nilai positif kepatuhan terhadap hukum persaingan, sehingga tergerak untuk berinisiatif menerapkan prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat dalam kegiatan usahanya, serta upaya untuk mencegah pelaku usaha melakukan pelanggaran Undang-undang No.5 Tahun 1999.

Kepatuhan terhadap Undang-undang No.5 Tahun 1999 merupakan bentuk komitmen, sikap aktif, dan kesadaran pelaku usaha dalam berperilaku di pasar saat berinteraksi dengan pemasok, pesaing, dan konsumen sehingga tidak melanggar ketentuan dalam Undang-undang No.5 Tahun 1999.

Manfaat program kepatuhan ini adalah untuk menjaga nama baik dan reputasi perusahaan, perusahaan dianggap dapat menjaga dan memiliki etika moral yang tinggi, mendorong perusahaan memelihara nilai-nilai persaingan usaha yang sehat, sehingga menjadi kompetitif dan inovatif, tercipta dan terjaganya prosedur baku internal Perusahaan terkait kepatuhan terhadap UU 5/1999, dan meminimalkan konsekuensi biaya yang timbul akibat ketidakpatuhan terhadap UU 5/1999.

Pada sesi dua, disampaikan mengenai peran KPPU dalam Persaingan Usaha dan Kemitraan di Era Globalisasi oleh Komisioner KPPU Kodrat Wibowo. Dalam paparannya dijelaskan tujuan pembentukan UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yakni menjaga kepentingan umum & meningkatkan efisiensi nasional untuk mensejahterakan rakyat, menjamin kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil,

mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, dan efektivitas dan efisiensi kegiatan usaha.

Manfaat pengaturan persaingan usaha yang sehat di Indonesia bagi stakeholder adalah akses masuk ke pasar semakin terbuka & membuka ruang peran pelaku usaha yang besar, mendorong inovasi yang berkelanjutan karena munculnya pelaku-pelaku usaha baru, efisiensi alokasi sumber daya yang dimiliki oleh pelaku usaha, tersedianya keragaman produk yang bisa dipilih oleh konsumen, dan harga barang sesuai kualitas & layanan serta konsumen sebagai price maker.

Pada sesi tiga, disampaikan mengenai perspektif persaingan usaha yang sehat pada industri ekonomi digital yang dipaparkan oleh Komisioner KPPU Harry Agustanto. Dalam penjelasannya, diinformasikan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-5 terbesar di dunia dari 20 negara pengguna internet terbanyak, dengan jumlah mencapai 143 juta orang. Sedangkan pada bulan Januari tahun 2018, total pembelian barang melalui e-Commerce tercatat mencapai 28,07 juta dollar. Penetrasi pembelian itu sendiri mencapai 11%, dengan total penjualan sebesar 7.056 miliar dollar, dengan rata-rata pembelian sebesar 251 dollar.

Perkembangan ekonomi digital sendiri di Indonesia, dipetakan dalam database startup Indonesia dengan 352 startup di bidang e-Commerce, 53 startup di bidang FinTech, 55 startup di bidang game, sisanya 532 startup di bidang lain. Dengan skala usaha ekonomi digital 3,12% pada skala usaha besar, 11,9% pada skala usaha menengah, 31,01% pada skala usaha kecil, dan 52,97% pada skala usaha mikro.

Serapan tenaga kerja pada ekonomi digital saat ini tercatat ada 55.903 tenaga kerja secara keseluruhan. Diharapkan pada tahun 2020, Indonesia dapat menjadi pasar e-Commerce terbesar dan dapat dikategorikan sebagai negara yang berpotensi untuk mengembangkan pasar e-Commerce di wilayah Asia Tenggara.

Lalu bagaimana persaingan usaha memandang ekonomi digital?

Inovasi tinggi yang menciptakan industry baru/pasar baru dengan munculnya pelaku usaha baru, menggantikan industri dan pelaku usaha sebelumnya. Dunia usaha tidak bisa “menghadang” kehadiran teknologi digital melainkan beradaptasi dengan berbagai potensi dan tantangan yang muncul. Otoritas persaingan memandang kehadiran ekonomi digital dengan isu disruptive innovation sebuah tantangan yang harus dihadapi terutama dengan perubahan paradigma, perilaku dan kinerja pasar yang terjadi.

Catatan bagi Jurnalis:

1. Pasal 1 angka 5, berbunyi:
Setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.
2. Pertanyaan terkait siaran pers ini dapat disampaikan melalui surat elektronik di infokom@kppu.go.id atau forum jurnalis rutin yang dilaksanakan oleh KPPU.

Dipublikasikan pada 28 Agustus 2019
oleh Biro Hubungan Masyarakat dan Kerja Sama
Sekretariat Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia
