

# Peran KPPU dalam Penanganan *COVID-19 Deceptive Acts and Practices* (Studi Komparasi *United States Federal Trade Commission*)

**Antonio Armando Ramadhani**

antonio.armando.ramadhani-2018@fh.unair.ac.id

**Enditianto Abimanyu**

enditianto.abimanyu-2018@fh.unair.ac.id

**Pamus Sukma Yudana**

pamus.sukma.yudana-2018@fh.unair.ac.id

Universitas Airlangga

## **Abstract**

*During the COVID-19 pandemic, there are too many companies that misuse crisis conditions to boost company profits by providing misleading information in disseminating related information. Such actions are called COVID-19 Deceptive Acts and Practices and in Indonesian Positive Law there is no regulation related to this issue. The purpose of this study is to find legal liability for COVID-19 deceptive Acts and Practices in National Legislation and the Role of the KPPU in Combating COVID-19 Deceptive Acts and Practices in a Comparative Study of the United States Federal Trade Commission (US FTC). used in this research is legal research with a statutory approach and a conceptual approach. The results of our research show that the Indonesian government in this case needs to give treatment to this law and it is necessary to have a special institution that is given a legal umbrella to anticipate and take necessary action against the problems of COVID-19 fraudulent actions and services.*

**Keywords:** KPPU; COVID-19; Deceptive; US FTC.

## **Abstrak**

Banyak pelaku usaha yang menyalahgunakan kondisi pandemi COVID-19 guna mendongkrak keuntungan perusahaan dengan melakukan *misleading information* dalam penyebarluasan informasi terkait produknya. Perbuatan demikian disebut *COVID-19 Deceptive Acts and Practices* dan dalam hukum positif Indonesia belum ada pengaturan terkait dengan isu tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan Pertanggungjawaban Hukum atas *COVID-19 Deceptive Acts and Practices* dalam Peraturan Perundang-Undangan Nasional dan Peran Lembaga KPPU dalam Penanggulangan *COVID-19 Deceptive Acts and Practices* dalam Studi Komparasi terhadap *United States Federal Trade Commission (US FTC)*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Hukum (*legal research*) dengan pendekatan peraturan perundang-undangan (*Statute Approach*) dan pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*). Kesimpulan penelitian bahwa Pemerintah Indonesia perlu memberikan perlakuan khusus terhadap perbuatan hukum ini. Perlu payung hukum mengatur lembaga khusus dalam menyelesaikan masalah Covid-19 *deceptive acts and services*.

**Kata Kunci:** KPPU; COVID-19; Deceptive; US FTC.

## Pendahuluan

### Latar Belakang

Pada bulan Desember 2020, Kongres Amerika mengesahkan sebuah *Bill* yakni '*Covid-19 Consumer Protection Act*' yang mengatur tentang *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*. Kebrutalan korporasi dalam melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan situasi pandemi *Covid-19* membuat kongres memasukkan norma tersebut sebagai bagian dari politik hukum dalam penanganan pandemi *Covid-19*. Peraturan tersebut muncul sebagai respon Pemerintah Amerika Serikat untuk melakukan *recovery* atas dampak pandemi *Covid-19* baik dalam konteks ekonomi maupun kesehatan.

Makna harfiah daripada *deceptive* dalam Bahasa Indonesia adalah 'menipu'. Dalam rezim hukum Amerika, kata '*deceptive*' digunakan untuk menggambarkan perbuatan hukum suatu perorangan (*natuurlijk persoon*) maupun badan hukum (*recht persoon*) yang memiliki sifat tipu daya, atau penuh dengan tipu muslihat demi *selfish interest* atau kepentingan mereka sendiri. Bahwa *Covid-19 Consumer Protection Act* pada dasarnya merupakan pengembangan daripada *Federal Trade Commission Act Section 5*, yakni tentang *Unfair or Deceptive Acts or Practices*. Berdasarkan peraturan awal tersebut sebuah tindakan dapat dikatakan bersifat *deceptive* ketika:

1. *a representation, omission, or practice misleads or is likely to mislead the consumer;*
2. *a consumer's interpretation of the representation, omission, or practice is considered reasonable under the circumstances; and*
3. *the misleading representation, omission, or practice is material*

Bahwa *Deceptive Acts and Practices* memiliki tiga unsur agar dapat diklasifikasikan secara hukum sebagai *deceptive*. **Pertama**, suatu tindakan berbentuk representasi produk, kelalaian produk, atau praktik yang bersifat menyesatkan memiliki kemungkinan besar dalam menyesatkan atau memberikan tipu muslihat kepada konsumen. **Kedua**, berbentuk interpretasi konsumen tentang representasi produk, kelalaian produk, atau praktik yang dianggap menyesatkan (*deceptive*) memiliki alasan jelas dan berada dalam kondisi tertentu. **Ketiga**, representasi produk, kelalaian produk, atau praktik yang menyesatkan dituangkan dalam materi tertentu kepada publik.

Di Amerika Serikat, lembaga yang berwenang dalam menangani *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* adalah United

States Federal Trade Commission (US FTC). Di Indonesia, lembaga yang memiliki kewenangan yang mirip dengan US FTC adalah Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).

Dari segi konstruksi hukum, terdapat perbedaan antara US FTC dan KPPU. US FTC memiliki kewenangan untuk mengawasi persaingan usaha sekaligus melakukan perlindungan konsumen. KPPU kewenangannya hanya terbatas dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 (UU Nomor 5 Tahun 1999) yang mengatur tentang larangan praktek monopoli untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat. Untuk ranah perlindungan konsumen, di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (UU Nomor 8 Tahun 1999) dan Undang-undang tersebut bukan merupakan kewenangan KPPU.

### Dampak *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* terhadap Ekonomi Indonesia

Wabah *Coronavirus Disease 2019 (Covid-19)* membawa dampak yang mengerikan dengan jumlah kematian yang fantastis dan keterpurukan ekonomi di berbagai di dunia. Berdasarkan laporan WHO, di Indonesia dari tanggal 3 Januari 2020 sampai dengan tanggal 29 September 2021, telah dikonfirmasi terdapat 4.211.460 (empat juta dua ratus sebelas ribu empat ratus enam puluh) kasus *Covid-19* dan kasus kematian akibat *Covid-19* sebanyak 141.709 (seratus empat puluh satu ribu tujuh ratus sembilan) kasus [1].

Penyebaran virus ini sangatlah mudah. Orang dapat tertular *Covid-19* dari orang lain yang terinfeksi virus ini. *Covid-19* dapat menyebar terutama dari orang ke orang melalui percikan-percikan dari hidung atau mulut yang keluar saat orang yang terinfeksi *Covid-19* batuk, bersin atau berbicara. Percikan-percikan ini relatif berat, perjalanannya tidak jauh dan jatuh ke tanah dengan cepat. Orang dapat terinfeksi *Covid-19* jika menghirup percikan orang yang terinfeksi virus ini. Penyebaran wabah yang sangat cepat membuat Pemerintah pada tanggal 13 April 2020 menerbitkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non-Alam Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* sebagai Bencana Nasional.

Implikasi dari ditetapkannya *Covid-19* sebagai Bencana Nasional, adalah munculnya berbagai kebijakan pembatasan interaksi masyarakat guna mereduksi penyebaran *Covid-19* dan dapat dengan segera menyelamatkan perekonomian nasional. Salah satu contoh Kebijakan Pemerintah adalah

Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) yang dikeluarkan Pemerintah pada tahun 2020. PSBB adalah pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi virus corona untuk mencegah kemungkinan penyebaran makin meluas. Apabila aturan tersebut dijalankan, maka sejumlah kegiatan yang melibatkan publik dibatasi, seperti perkantoran atau instansi diliburkan, pembatasan kegiatan keagamaan dan pembatasan transportasi umum [2]. Pada aturan tersebut, terdapat dua kriteria yang harus dipenuhi untuk melaksanakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yaitu *pertama*, jumlah kasus dan/atau jumlah kematian akibat penyakit meningkat dan menyebar secara signifikan dan cepat ke beberapa wilayah; dan *kedua*, terdapat kaitan epidemiologis dengan kejadian serupa di wilayah atau negara lain [3].

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang diterapkan Pemerintah pada pertengahan tahun 2021. Konsep PPKM ini hampir sama dengan PSBB, namun tetap memiliki perbedaan. Dari sisi regulasi, PPKM tertuang dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 1 Tahun 2021 kepada seluruh kepala daerah di Jawa dan Bali. PPKM menyoar pada pembatasan kegiatan masyarakat secara terbatas berbasis pada kota dan kabupaten. Sedangkan, PSBB sendiri secara jelas sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 yang merujuk ke UU Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan dengan kriteria jumlah kasus atau jumlah kematian akibat penyakit meningkat serta ada kaitan epidemiologis dengan kejadian serupa di wilayah atau negara lain. Pelaksanaan PPKM terdiri dari beberapa poin, seperti membatasi perkantoran dengan menerapkan kerja dari rumah (*work from home/WFH*) sebesar 75 persen dan kerja dari kantor (*work from office/WFO*) sebesar 25 persen. Kemudian, melaksanakan kegiatan belajar mengajar secara dalam jaringan. Restoran makan atau minum di tempat hanya diperbolehkan sebesar 25 persen. Pembatasan jam operasional untuk pusat perbelanjaan atau mal sampai dengan pukul 19.00 WIB. Pada PSBB sendiri, bersifat lebih ketat karena terdapat beberapa kegiatan yang dibatasi. Meliputi, peliburan sekolah dan tempat kerja, menghentikan kegiatan keagamaan di rumah ibadah, pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum, pembatasan kegiatan sosial budaya, hingga pembatasan moda transportasi.[4]

Dengan adanya kebijakan pembatasan sosial maka aktivitas ekonomi seperti jual-beli antar kota tidak bisa dilakukan karena

perbatasan kota ditutup demi kelancaran kebijakan pembatasan sosial. Selain itu, dengan ditetapkannya *WFH* membuat pekerja harus menjalankan tugasnya secara *daring/online*. Dalam bekerja secara *online* karyawan juga mudah merasa lelah yang disebabkan menghadap laptop atau *handphone* secara terus menerus yang mengakibatkan mudahnya terjadi kelelahan. Dengan adanya penurunan kinerja karyawan ini produktivitas dari perusahaan juga ikut menurun sehingga keefisienan suatu perusahaan juga ikut menurun. Penurunan produktivitas perusahaan ini juga dapat mengakibatkan kegiatan dalam perusahaan tidak berjalan secara optimal.[5] Jam beroperasi kegiatan usaha juga dibatasi sehingga membuat pengusaha kesusahan dalam mendapatkan pendapatan yang akhirnya membuat pengusaha tidak dapat menghidupi penghidupannya sendiri dan membayar pegawainya.

Selain dari aspek kebijakan, melemahnya perekonomian di Indonesia juga disebabkan karena kondisi kesehatan masyarakat. Jika terkena *Covid-19* masyarakat wajib dirawat di rumah sakit untuk menjalani isolasi atau melakukan isolasi mandiri di rumah. Dengan melakukan isolasi, kegiatan-kegiatan ekonomi menjadi terhambat karena yang menjadi pelaku aktivitas ekonomi adalah para masyarakat itu sendiri. Selain itu kondisi tubuh orang yang terkena *Covid-19* akan lemas dan demam sehingga tidak dapat melakukan banyak aktivitas.

Bahwa sebelum memulihkan perekonomian Indonesia maka yang utama adalah memulihkan kesehatan masyarakat. Jika masyarakat sudah bebas dari *Covid-19* maka Pemerintah tidak perlu mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial dan kondisi tubuh masyarakat akan siap menjalani aktivitas ekonomi. Akan tetapi bukan perkara mudah bagi Pemerintah untuk memulihkan kesehatan masyarakat Indonesia, salah satu masalah yang ditemui adalah *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*, karena masih banyak pelaku usaha di Indonesia yang memanfaatkan situasi dengan menyebarkan *misleading narrative* terkait produk mereka yang dapat menyembuhkan *Covid-19*, tanpa melakukan uji *scientific* atas klaim informasi yang disebarkan secara luas.

Salah satu kasus di Indonesia adalah dengan beredarnya informasi viral yang menyesatkan soal peredaran 'obat cina *Covid-19*' dihentikan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI. 'Obat cina *Covid-19*' yang dimaksud merupakan produk Lianhua Qingwen Capsules (LQC), diyakini bisa mempercepat

penyembuhan gejala *Corona*. Faktanya LQC adalah produk bersifat donasi yang tak memiliki izin edar BPOM. Artinya, produk tersebut hanya diberikan dalam bentuk donasi untuk membantu percepatan penanganan *Corona* di Indonesia. Namun, belakangan, produk Lianhua Qingwen Capsules (LQC) marak beredar di masyarakat. BPOM dengan tegas tidak merekomendasikan obat COVID-19 tersebut, terlebih setelah ditemukan risiko obat LQC lebih besar dibandingkan manfaatnya, untuk pasien *Corona* [6].

Hal tersebut tentunya akan membawa kerugian bagi masyarakat sebagai konsumen, karena produk yang dijanjikan dapat menyembuhkan *Covid-19* ternyata tidak memberikan efek sesuai ekspektasi. Padahal dana yang sudah dikeluarkan seharusnya dapat dialokasikan untuk barang-barang yang memang dapat menjauhkan masyarakat dari *Covid-19*. Jika hal yang sama terjadi terus menerus, maka keinginan untuk memulihkan kesehatan masyarakat akan terhambat sehingga perekonomian Indonesia tidak akan pulih.

Berawal dari masalah tersebut, perlu adanya perlindungan hukum untuk konsumen terhadap *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* dalam rangka memulihkan perekonomian Indonesia pada saat pandemi. Pengaturan tersebut penting untuk diterapkan karena secara tidak langsung akan melindungi Konsumen dari *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* dan dapat menjadi langkah pencegahan terhadap beredarnya produk-produk yang tidak benar khasiatnya. Sehingga dengan pulihnya kesehatan masyarakat dari *Covid-19* maka kepulihan perekonomian Indonesia akan terwujud.

### **Urgensi KPPU dalam Mengendalikan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*.**

Secara yuridis, KPPU belum memiliki dasar hukum yang jelas terkait kewenangannya dalam melindungi konsumen terkait penanggulangan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*. Namun secara normatif, KPPU dalam Pasal 35 UU Nomor 5 Tahun 1999 memiliki kewenangan yang cukup limitatif atau berfokus pada dimensi pengaturan larangan monopoli dan persaingan tidak sehat, sehingga tidak ada yurisdiksi secara eksplisit terkait regulasi *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*. Bahwa dalam pasal 35 tersebut kewenangan pembuatan hukum daripada KPPU sesungguhnya sudah cukup akomodatif mulai dari aspek pengawasan, penilaian, penindakan, hingga pertanggungjawaban

kepada negara. Dalam kondisi demikian, maka sesungguhnya KPPU hanya perlu melakukan perluasan penafsiran hukum yang beririsan dengan permasalahan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*. Hal tersebut tentunya harus dipertimbangkan untuk dimuat dalam peraturan perundang-undangan tertulis, mengingat rezim hukum Indonesia menganut asas legalitas sehingga harus ada hukum tertulis yang jelas guna menindak para pelaku usaha.

Mengingat kebutuhan hukum yang akomodatif terkait *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* akan membantu *recovery* kondisi kesehatan masyarakat dan perekonomian nasional maka pengaturan dan wewenang terkait dengan hal tersebut perlu diberikan kepada KPPU. Di satu sisi, penyebab atau hulu permasalahan tindakan *deceptive* tersebut sesungguhnya akibat dari adanya perilaku *profit oriented* para pelaku usaha yang menabrak kepentingan perlindungan konsumen. Banyak pelaku usaha abai (*ignorance*) atas penciptaan informasi produk terkait *Covid-19* yang tepat dan akurat oleh Pelaku Usaha. Oleh karena itu KPPU selaku lembaga yang memiliki lingkup pengaturan hukum atas *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* perlu segera memiliki regulasi hukum yang konkrit guna mencegah dampak *snowballing* negatif atas informasi produk-produk pelaku usaha yang tidak tepat tersebut.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum. Penelitian hukum (*legal research*) merupakan penelitian yang bertujuan untuk menemukan kebenaran koherensi, yaitu adakah aturan hukum sesuai norma hukum dan adakah norma yang berupa perintah atau larangan itu sesuai dengan prinsip hukum, serta apakah tindakan (*act*) seseorang sesuai dengan norma hukum (bukan hanya sesuai aturan hukum) atau prinsip hukum.[7] Bentuk pendekatan (*approach*) yang digunakan adalah pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Menurut Peter Mahmud Marzuki dalam bukunya yang berjudul "Penelitian Hukum", pendekatan peraturan perundang-undangan yang dimaksud merupakan pendekatan yang dilakukan dengan mengkaji secara mendalam peraturan perundang-undangan (*statute*) baik berupa produk legislasi maupun regulasi, yang bersangkutan dengan isu hukum yang akan dianalisis, kemudian pendekatan konseptual (*conceptual approach*) merupakan pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.

Bahwa penelitian hukum berikut akan berfokus pada studi komparasi kelembagaan US FTC atau *United States Federal Trade Commission* yang diberlakukan di Amerika Serikat terhadap KPPU. US FTC atau *Federal Trade Commission* selaku otoritas persaingan usaha tersebut memiliki Biro Perlindungan Konsumen (*Bureau of Consumer Protection*) yang berwenang atas penindakan *Covid-19 deceptive acts and services*. Biro Perlindungan Konsumen adalah lembaga yang bertugas untuk melindungi konsumen dari praktik yang tidak adil, menipu, atau curang. Biro Perlindungan Konsumen memberlakukan berbagai undang-undang perlindungan konsumen yang disahkan oleh Kongres, serta peraturan perdagangan yang dikeluarkan oleh Komisi. Tindakannya mencakup penyelidikan perusahaan dan industri secara individu, litigasi pengadilan administratif dan federal, proses pembuatan peraturan, dan pendidikan konsumen dan bisnis. Selain itu, Biro Perlindungan Konsumen berkontribusi pada upaya Komisi yang sedang berlangsung untuk memberi tahu Kongres dan entitas Pemerintah lainnya tentang dampak tindakan yang diusulkan terhadap konsumen [8].

### **Tujuan Penelitian, Penelitian Terdahulu, dan Signifikansi Penelitian**

Otoritas persaingan usaha nasional KPPU dalam hal ini dianggap belum memiliki kewenangan dan struktur kelembagaan guna mengatasi problematika khusus terkait *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*. Oleh karena itu, kedudukan studi kasus US FTC sebagai komisi persaingan usaha di Amerika Serikat bertujuan dalam rangka menjadi cikal bakal pengaturan yuridis dalam menindak perilaku persaingan usaha yang tidak sehat tersebut *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*.

Diharapkan penelitian ini dapat memberi pandangan terkait dengan hukum yang mengatur *Covid-19 deceptive acts and services* dimana memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan reformasi hukum, sehingga terwujud iklim persaingan usaha yang sehat, perlindungan konsumen, serta percepatan *recovery* dari dampak *Covid-19*. Berangkat dari problematika tersebut, penelitian ini memiliki dua rumusan masalah utama yang menjadi objek penelitian sebagaimana disebutkan dibawah.

### **Rumusan Masalah**

1. Pertanggungjawaban Hukum atas *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* dalam Peraturan Perundang-Undangan Nasional.

2. Kedudukan Lembaga KPPU dalam Penanggulangan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* dalam Studi Komparasi terhadap *United States Federal Trade Commission* (US FTC).

### **Tinjauan teoritis**

#### **KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA (KPPU)**

KPPU merupakan lembaga independen yang bertugas mengawasi pelaksanaan UU Nomor 5 Tahun 1999 dan UU Nomor 20 Tahun 2008. Dalam hal ini tugas dan wewenang KPPU diatur dalam Pasal 35 dan 36 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tugas KPPU adalah melakukan penilaian terhadap perjanjian, kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha, dan ada atau tidaknya posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam UU Nomor 5 Tahun 1999. Wewenang dari KPPU adalah menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat kemudian memprosesnya melalui jalur hukum untuk melakukan penjatuhan sanksi terhadap pelaku yang terbukti telah melakukan monopoli.

#### **UNITED STATES FEDERAL TRADE COMMISSION (US FTC)**

Komisi Perdagangan Federal merupakan komisi yang dibuat pada 26 September tahun 1914. Komisi Perdagangan Federal mulai resmi berjalan pada saat Presiden Amerika Serikat yaitu Woodrow Wilson menandatangani *Federal Trade Commission Act* menjadi suatu produk hukum pada 16 Maret tahun 1915. Tujuan dari Komisi Perdagangan Federal sendiri sebagai bentuk perlindungan konsumen akan adanya suatu bentuk persaingan usaha yang tidak sehat.

#### ***Covid-19 Deceptive Acts and Practices***

*Covid-19 Deceptive Acts and Practices* merupakan suatu kebijakan yang dibuat oleh Komisi Perdagangan Federal sebagai suatu bentuk representasi perlindungan terhadap konsumen atas adanya suatu bentuk kesalahan penggiringan opini atau penyesatan terhadap konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam arti meluruskan opini publik dan mengantisipasi terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Pertanggungjawaban Hukum atas *COVID-19 Deceptive Acts and Practices* dalam Peraturan Perundang-Undangan Nasional

#### Pengaturan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* dalam Studi Kasus *Federal Trade Commission*

Kondisi hukum nasional Indonesia pada saat ini sesungguhnya belum menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat dalam kaitannya dengan perlindungan terhadap adanya penyimpangan yang dilakukan oleh pelaku usaha karena adanya pandemi *Covid-19*. Salah satu bentuk perbuatan hukum yang belum diatur adalah tindakan dan praktik tipu daya *Covid-19*, dimana otoritas persaingan usaha Amerika, US FTC mencoba meregulasi pelaku usaha supaya tidak melakukan penyebarluasan narasi manipulatif terkait produknya sehubungan dengan *Covid-19*. Produk hukum yang terbit guna meregulasi perbuatan hukum tersebut adalah '*The Covid-19 Consumer Protection Act*, yang disahkan oleh Kongres Amerika pada Desember 2020.[9]

Bahwa *Covid-19 Consumer Protection Act* sesungguhnya muncul sebagai akibat banyaknya pelaku usaha yang menyalahgunakan kondisi pandemi *Covid-19* guna mendongkrak keuntungan perusahaan, salah satunya adalah *misleading information* dalam penyebarluasan informasi terkait produk perusahaan terkait. Oleh karena itu *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* adalah bentuk perbuatan hukum persaingan usaha tidak sehat, dimana kepentingan keuntungan korporasi telah melewati batas dan memberikan dampak buruk bagi masyarakat. Sifat natural perusahaan yang *profit oriented* dalam segala situasi tersebut berpotensi menyinggung dimensi kepentingan negara dalam melakukan *recovery* ekonomi dan kesehatan yang telah terpuak oleh adanya pandemi *Covid-19*, sehingga negara memerlukan yurisdiksi guna mitigasi tindakan persaingan usaha tidak sehat tersebut. Namun dalam hukum positif Indonesia, regulasi atas perbuatan hukum demikian belum diatur secara spesifik dan khusus dalam suatu peraturan, sehingga Pertanggungjawaban Hukum atas pelaku usaha atas *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* belum jelas dan masih sporadis tersebar dalam beberapa perundang-undangan.

Dalam sebuah *civil complaint* di Pengadilan Distrik Amerika bagian *Eastern District of Missouri, U.S. Department of Justice* atas nama *Federal Trade Commission* (FTC), melayangkan tuntutan kepada ahli tulang, Eric Anthony Nepute, dan Quickwork LLC terkait dengan

pelanggaran *Covid-19 Consumer Protection Act*. [10] Kasus tersebut merupakan kasus pertama tentang *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* sejak disahkannya regulasi tersebut pada Desember 2020. Dalam kasus tersebut, Eric Anthony Nepute dan perusahaannya Quickwork LLC diduga telah secara manipulatif melakukan pemasaran produknya yang mengandung Vitamin D dan Zinc sebagai produk yang telah *scientifically proven* dapat mengobati dan mencegah *Covid-19*. Produk perusahaan tersebut yang bernama '*Wellness Warrior*', secara sepihak dalam berbagai metode pemasaran Quickwork LCC diklaim lebih efektif daripada vaksin yang saat ini disediakan oleh Pemerintah Amerika Serikat.[11]

Sebelum terbitnya produk hukum *Covid-19 Consumer Protection Act*, dalam hukum nasional Amerika *Deceptive Acts and Practices* sudah diatur dan dapat ditemukan dalam *Section 5 Federal Trade Commission (FTC) Act. Section 5* yang menyebutkan sebagai berikut:

- a. *"An act or practice is deceptive where a representation, omission, or practice misleads or is likely to mislead the consumer"*
- b. *a consumer's interpretation of the representation, omission, or practice is considered reasonable under the circumstances; and*
- c. *the misleading representation, omission, or practice is material.*

Dalam *Consumer Compliance Handbook* yang diterbitkan oleh *Federal Reserve*, norma hukum diatas diuraikan lebih lanjut dengan penjelasan sebagai berikut:

#### a) ***There must be a representation, omission, or practice misleads or is likely to mislead the consumer***

Dalam unsur ini sebuah perbuatan hukum dikatakan sebagai *deceptive* atau bersifat menipu, tidak hanya ketika terdapat seseorang yang sudah terjebak dalam tipu muslihat oleh pelaku usaha, namun juga dapat ditemukan pada sebuah perbuatan hukum yang memiliki kemungkinan besar dapat menciptakan tipu muslihat kepada calon konsumen. Penegak hukum dalam hal ini akan mengevaluasi dalam keseluruhan konteks pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha, guna menentukan apakah telah terjadi *deceptive acts and practices*. Bahwa sebuah perbuatan hukum berpotensi memiliki sifat *deceptive* ketika; (namun tidak terbatas pada) (1) membuat klaim harga yang *misleading*; (2) menggunakan *bait-*

*and-switch techniques*; (3) menawarkan pelayanan produk yang pada faktanya tidak tersedia; (4) menerapkan batasan tersembunyi dalam melakukan penawaran; (5) menjual sebuah produk yang tidak sesuai dengan kegunaan dan manfaat produk; dan (6) gagal menyediakan pelayanan yang telah dijanjikan.

**b) *The act or practice must be considered from the perspective of the reasonable consumer***

Bahwa dalam menentukan sebuah perbuatan hukum bersifat *misleading* atau *deceptive* adalah ketika interpretasi atau reaksi konsumen atas perbuatan hukum (sebagai contohnya pemasaran baik itu bersifat *representation, omission, or practice*) harus beralasan dan berada dalam keadaan tertentu. Keadaan tertentu yang dimaksud adalah ketika konsumen atas suatu produk tersebut merupakan bagian dari target pemasaran (*specific audience*) seperti pengguna umum pada produk tersebut. Jika terdapat dua atau lebih interpretasi yang beralasan atas pemasaran produk tersebut, maka satu interpretasi yang bersifat *misleading* tetap dapat dikategorikan sebagai *deceptive acts and practices*. Walaupun interpretasi tersebut tidak bersifat mayoritas dalam target konsumen yang relevan, interpretasi tersebut tetap dapat dikatakan sebagai *deceptive*. Salah satu contoh perbuatan yang bersifat *misleading* atau *deceptive* adalah ketika pemasaran daripada suatu produk terkait tidak cukup, atau masih terdapat informasi tersembunyi sehingga menyebabkan interpretasi yang menyesatkan.

**c) *The representation, omission, or practice must be material***

Sebuah perbuatan hukum *deceptive* dalam hal ini harus memiliki kemungkinan tinggi dalam mempengaruhi keputusan konsumen terkait dengan produk atau layanan. Secara umum, informasi terkait dengan harga, kelebihan produk, atau batasan penggunaan adalah bentuk daripada '*material information*' sebagaimana disyaratkan dalam unsur hukum dalam bagian ini. Sebuah 'klaim' yang dibuat dengan pengetahuan bahwa sesungguhnya klaim tersebut salah juga dapat termasuk dalam '*material information*'.

Bahwa lebih lanjut lagi, mengingat situasi pandemi *Covid-19* Pemerintah U.S.A dalam hal ini menerbitkan sebuah *Bill* yang dikenal dengan *Covid-19 Consumer Protection Act*. Klausul utama dalam *Section*

2 *Bill* tersebut memberikan payung hukum terkait dengan yurisdiksi negara dalam menindaklanjuti *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*, dan memberikan kewenangan pada US FTC. *Section 2* dalam *Bill* tersebut menyatakan sebagai berikut:

*'Sec. 2. Prohibiting Deceptive Acts or Practices in Connection with The Novel Coronavirus*

a. *In General. – For the duration of a public health emergency declared pursuant to section 319 of the Public Health Service Act (42 U.S.C. 247d) as a result of confirmed cases of the 2019 novel coronavirus (Covid-19), including any renewal thereof, it shall be unlawful for any person, partnership, or corporation to engage in a deceptive act or practice in or affecting commerce in violation of section 5(a) of the Federal Trade Commission Act (15 U.S.C. 45(a)) that is associated with –*

(1) *the treatment, cure, prevention, mitigation, or diagnosis of Covid-19; or*

(2) *a government benefit related to Covid-19.*

b. *Enforcement by The Federal Trade Commission*

*Violation – A violation of subsection (a) shall be treated as a violation of a rule defining an unfair or deceptive act or practice prescribed under section 18(a)(1)(B)).*

***Covid-19 Deceptive Acts and Practices dalam Peraturan Perundang-Undangan Nasional***

Bahwa perundang-undangan di Indonesia sesungguhnya belum norma hukum yang secara spesifik mengatur terkait perbuatan hukum *Covid-19 deceptive acts and practices*. Bahwa jika dikomparasikan dengan klausul norma hukum diatas, maka dalam konteks pertanggungjawaban hukum, pelaku usaha yang melakukan *deceptive acts and practices* berpotensi untuk dijerat dengan pelanggaran UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang selanjutnya dalam tulisan ini disebut UUPK.

Pasal 9 ayat (1) UUPK menyatakan bahwa:

"(1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;

- b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
- c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
- d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
- j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan lengkap;
- k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.[12]

Bahwa terhadap ketentuan norma hukum tersebut, jika pelaku usaha melanggar maka terdapat ancaman pidana yang tercantum dalam Pasal 62 ayat (1) UUPK, yakni pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000 (dua miliar rupiah).

Dalam kasus *U.S. of America V. Eric Anthony Nepute and Quickwork LLC* sebagaimana telah diuraikan pada awal rumusan masalah ini, terduga *Covid-19 Deceptive Acts and Services*, jika menggunakan hukum Indonesia, maka dapat dikenakan pelanggaran Pasal 9 ayat (1) UUPK dan dihukum dengan Pasal 62 ayat (1) UUPK. Bahwa pemasaran produk *'Wellness Warrior'* oleh Eric Anthony Nepute dan Quickwork LLC menurut UUPK dipasarkan dengan kondisi seolah-olah memiliki guna tertentu yakni dapat mengobati dan mencegah *Covid-19*, dan seolah-olah telah memiliki ciri tertentu yakni secara sepihak oleh perusahaan diklaim telah diuji secara *scientific*. Klaim berlebihan bahwa produk Vitamin D dan *Zync* tersebut lebih efektif daripada vaksinasi *Covid-19* dalam hal ini juga melanggar ketentuan sebagaimana disebutkan dalam pasal 9 ayat 1 UUPK.

Bahwa terhadap komparasi antara penanganan *Covid-19 Deceptive Acts and Services* dalam *Covid-19 Consumer Protection Act*, maka dimensi penegakan UUPK sesungguhnya memili-

ki perbedaan yang signifikan. Perbedaan utama adalah Amerika menempatkan Negara sebagai pihak yang memiliki yurisdiksi dalam melakukan upaya litigasi guna menindak pelaku usaha yang melakukan perbuatan *deceptive acts and services*. Peran kehadiran negara dalam hal ini diwujudkan dengan pemberian wewenang kepada otoritas persaingan usaha mereka, yakni US FTC dalam menindak pelaku usaha yang melanggar *Covid-19 Consumer Protection Act*. Dalam UUPK penegakan hukum terhadap perbuatan *Covid-19 deceptive acts and practices* cenderung menitikberatkan terhadap fasilitas untuk konsumen agar dapat menuntut haknya melalui jalur *non-litigasi* yakni Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, atau gugatan secara perdata pada Pengadilan Negeri. Bahwa politik hukum dalam UUPK dalam hal ini cenderung menghendaki adanya inisiasi oleh warga negara terlebih dahulu untuk mengaktifkan peran negara dalam melindungi kepentingan warga negara.

Bahwa disaat yang bersamaan, terdapat banyak sekali kasus atau peristiwa hukum di Indonesia yang dapat dikategorikan sebagai *Covid-19 deceptive acts and practices*. Arus informasi yang sangat cepat menjadi *boomerang* tersendiri bagi Pemerintah Indonesia, karena disaat Pemerintah berkepentingan untuk melakukan *economic and health recovery* dengan cepat, terdapat berbagai perusahaan yang memanfaatkan situasi pandemi *Covid-19* dengan melakukan perbuatan *deceptive acts and services* untuk kepentingan *profit-oriented* mereka sendiri. Pemerintah Indonesia dalam hal ini perlu untuk memberikan perlakuan khusus (*special treatment*) terhadap perbuatan hukum ini. Perlu adanya lembaga khusus yang diberikan payung perundang-undangan guna mengantisipasi dan menindak problematika *Covid-19 deceptive acts and services*.

### **Peran Lembaga KPPU dalam Penanggulangan Covid-19 Deceptive Acts and Practices dalam Studi Komparasi terhadap United States Federal Trade Commission (US FTC)**

Pada tahun 1999 Pemerintah Indonesia mengeluarkan produk hukum yaitu UU Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang mulai berlaku pada tanggal 5 Maret tahun 2000. Gagasan terkait pembentukan undang-undang terkait persaingan usaha dan anti monopoli memperoleh kejelasan setelah adanya penandatanganan *Letter of Intent (LOI)* antara Pemerintah RI dengan IMF pada tanggal 29 Juli 1998. Dalam LOI tersebut ditentukan bahwa Pemerintah akan menyampaikan RUU Antimonopoli kepada DPR untuk mendapat

pembahasan selambat-lambatnya pada bulan Desember 1998. Konsideran terkait UU Nomor 5 Tahun 1999 telah memaparkan beberapa hal berkaitan dengan maksud dari diundangkannya yaitu sebagai berikut:

- a. Bahwa pembangunan di bidang ekonomi harus diarahkan pada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
- b. Bahwa demokrasi dalam bidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi di dalam proses produksi dan pemasaran barang dan jasa dalam iklim usaha yang sehat, efektif dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar.
- c. Bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu, dengan tidak terlepas dari kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh Negara Republik Indonesia terhadap perjanjian-perjanjian internasional.

Selanjutnya, salah satu karakteristik dalam Undang-Undang Anti Monopoli yaitu adanya suatu komisi pengawas yang diberikan wewenang untuk melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan undang-undang ini yaitu KPPU dimana dibentuk berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 75 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Dalam kaitannya untuk melaksanakan tugas dan wewenang yang diberikan UU Nomor 5 Tahun 1999, KPPU memiliki wewenang untuk menyusun pedoman ataupun publikasi yang berkorelasi dengan UU Nomor 5 Tahun 1999. Atas dasar ketentuan ini KPPU diberi wewenang untuk membuat dan menentukan hukum acara dalam proses penanganan perkara pelanggaran terhadap Undang-Undang Anti Monopoli tersebut. Peranan KPPU dalam menegakkan adalah mengambil tindakan sesuai dengan wewenang KPPU sebagaimana diatur dalam Pasal 36 khususnya yang berkaitan dengan wewenang melakukan penyelidikan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau yang ditemukan oleh komisi sebagai hasil penelitian. Disamping itu, komisi juga melakukan suatu peranan untuk memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat sebagai suatu bentuk perlindungan

konsumen serta menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini. [13]

KPPU secara tidak langsung juga memiliki peran dalam hal perlindungan konsumen. Dengan pemahaman bahwa perlindungan konsumen mempersoalkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memperoleh barang dan jasa dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaannya. Bentuk perlindungan hukum yang dimaksud berupa perlindungan hukum yang diberikan oleh peraturan perundang-undangan agar hak-hak yang dimiliki konsumen tidak dirugikan atau untuk melindungi pihak konsumen dari tindakan curang pelaku usaha atau tindakan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat oleh pelaku usaha terhadap konsumen. [14]

Dalam hal ini apabila melihat kilas balik sejarah dari beberapa negara, di Amerika Serikat sendiri sudah terlebih dahulu melarang adanya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat sejak tahun 1890 yaitu dengan adanya *The Sherman Act*. Terkait dengan perlindungan konsumen dan keberlangsungan persaingan usaha yang sehat, setiap negara dituntut untuk memiliki peraturan yang mengatur kegiatan pasarnya dan membentuk suatu komisi khusus. Secara umum tujuan diberlakukannya Undang-Undang Persaingan Usaha yaitu untuk menjaga kelangsungan persaingan antara para pelaku usaha agar tetap hidup dan tujuan khususnya negara Indonesia ingin melindungi sistem kompetisi seperti yang dilakukan Amerika Serikat dengan menerapkan *preserve competitive system*. [15] Dalam kaitannya dengan pandemi *Covid-19*, KPPU menyadari pelaku usaha dari beragam aspek beserta ukuran baik besar, menengah, kecil bahkan mikro di hampir semua sektor sangat terpengaruh oleh pandemi global yang melanda Indonesia pada saat ini. KPPU mengedepankan upaya pencegahan, khususnya untuk membantu dan menunjang Pemerintah dalam mempersiapkan kebijakan-kebijakan pemulihan ekonomi yang sejalan dengan prinsip-prinsip persaingan usaha, sekaligus menghimbau pelaku usaha untuk tetap menjalankan bisnis usahanya secara sehat.

Dalam hal ini dapat dikatakan tidak terdapat suatu ketentuan yang secara khusus mengatur tentang peran KPPU dalam menangani kasus-kasus selama era pandemi *Covid-19* seperti penjualan masker, *hand sanitizer* dan pelaksanaan *rapid test* dengan harga yang mahal. Sehingga terkait dengan kewenangan

KPPU sendiri masih sangat dibatasi karena hanya mengacu pada UU Nomor 5 tahun 1999. Dengan terbatasnya wewenang KPPU sebagaimana diatur dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 akibatnya KPPU bergantung pada sikap kooperatif pelapor dan pelaku usaha dalam mencari bukti. Dalam menjalankan tugas dan wewenang tersebut, Pasal 36 ayat (1) UU Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa salah satu wewenang KPPU adalah menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

US FTC dalam penanganan perkara persaingan usaha memiliki kewenangan, yaitu: [16] 1) Mencegah sistem persaingan usaha yang tidak adil, dan tindakan tidak adil atau menipu atau praktik yang mempengaruhi perdagangan; 2) Mencari ganti rugi dan bantuan lainnya atas tindakan yang merugikan konsumen; 3) Menjelaskan aturan perundang-undangan perdagangan dengan menjelaskan praktik yang tidak adil atau penipuan, dan menetapkan persyaratan untuk mencegah tindakan tersebut; 4) Melakukan investigasi berkaitan dengan organisasi, bisnis, praktik, dan pengelolaan perusahaan yang bergerak di perdagangan; 5) Membuat laporan dan rekomendasi legislatif kepada kongres.

Hal-hal diatas dapat dikatakan menjadi suatu fokus pembeda antara KPPU dan US FTC dimana kewenangan KPPU hanya sebatas penegakan hukum persaingan usaha sedangkan kewenangan yang dimiliki US FTC meliputi perlindungan hak-hak konsumen pula. Kemudian, US FTC dalam melakukan investigasi berkaitan dengan organisasi, praktik, dan pengelolaan perusahaan memiliki kewenangan melakukan penggeledahan, sedangkan KPPU tidak memiliki kewenangan mandiri dalam melakukan penggeledahan.

US FTC dalam hal ini memiliki kewenangan penanganan perkara persaingan usaha dalam ranah perdata. Sedangkan dalam menangani perkara persaingan usaha KPPU secara kompleks menangani dalam ranah perdata maupun pidana, bahkan KPPU memegang tiga kewenangan sekaligus yaitu melakukan penyidikan seperti polisi, penuntutan seperti jaksa, dan memberi putusan seperti hakim sehingga sering terjadi tumpang tindih dalam pelaksanaan kewenangannya.

Dalam menjalankan kewenangannya KPPU masih sangat dibatasi oleh UU Nomor 5 Tahun 1999. Sehingga penanganan terhadap dugaan persaingan usaha tidak sehat karena pandemi *Covid-19* tidak dapat dilaksanakan secara

maksimal karena dalam Pasal 36 ayat (1) UU Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa salah satu wewenang KPPU adalah menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Berdasarkan pasal tersebut KPPU tidak memiliki kewenangan untuk bertindak secara mandiri sebelum adanya suatu laporan sehingga tidak dapat mengambil suatu langkah yang preventif terhadap dugaan-dugaan terkait adanya persaingan usaha tidak sehat.

Dalam hal ini apabila berkaca dari kewenangan yang dimiliki oleh US FTC, KPPU dirasa perlu untuk mengatur terkait *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*. US FTC terbagi menjadi tiga biro yang mendukung berjalannya persaingan usaha dan sebagai suatu langkah efektif dalam hal penanganan hal diluar dugaan dalam hal ini pandemi *Covid-19*. Tiga biro tersebut antara lain : [17]

- a) Biro Perlindungan Konsumen. Dalam hal ini sebagai langkah preventif dalam melindungi konsumen dari praktik menipu atau curang dari para pelaku usaha. Misalnya mengenai iklan yang sifatnya menipu dan produk dan/ atau klaim layanan palsu.
- b) Biro Ekonomi Bekerja sama dengan Biro Persaingan yaitu untuk mempelajari efek ekonomi dari inisiatif pembuatan undang-undang US FTC dari hukum yang ada. Misalnya, pemberitahuan merger yang berakibat dengan perdagangan bebas atau harga monopoli yang memberikan dampak besar pada perekonomian
- c) Biro Persaingan. Dalam hal ini memberikan ulasan mengenai merger dan akuisisi, serta tantangan yang akan mereka hadapi yaitu mengakibatkan harga yang lebih tinggi, pilihan menjadi lebih sedikit atau kurangnya inovasi.

Berdasarkan hal-hal diatas dapat dikatakan ruang lingkup dari US FTC dalam kaitannya dengan mengatasi suatu hal tidak terduga seperti *Covid-19* menjadi lebih jelas dan terstruktur. Bahwa jika dikomparasikan dengan KPPU, peraturan perundang-undangan khususnya UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat perlu untuk diperbaiki sehingga dapat mengakomodir kepentingan penindakan hukum terhadap perbuatan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*. Hal demikian diperlukan sebagai suatu langkah efektif guna menciptakan payung hukum atau kepastian hukum atas wewenang KPPU dalam pencegahan persaingan usaha tidak sehat di tengah pandemi *Covid-19*.

## Kesimpulan

Peraturan perundang-undangan nasional saat ini belum akomodatif dalam meregulasi pertanggungjawaban hukum atas suatu perbuatan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*. Hal demikian terjadi di tengah maraknya korporasi dengan yang hanya mengedepankan sifat *profit oriented*, sehingga menyebarkan informasi-informasi terkait produknya secara *deceptive*. Bahwa dalam hukum positif Indonesia pertanggungjawaban hukum pelaku usaha atas kasus terkait, terdapat pada UU Perlindungan Konsumen Pasal 9 ayat (1) tentang larangan pelaku usaha untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang/jasa secara tidak benar. Pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban pidana Pasal 62 ayat 1 UUPK, yakni pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000 (dua miliar rupiah). Bahwa masifnya tindakan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* di Indonesia saat ini tidak bisa diatasi hanya dengan mengandalkan inisiatif tuntutan pidana UUPK yang tidak pasti oleh konsumen, sehingga perlu adanya lembaga seperti US FTC yang telah diberikan kewenangan dalam *Covid-19 Consumer Protection Act*.

Kedudukan KPPU dalam Penanggulangan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* terhambat kekosongan hukum atas kewenangan KPPU dalam Undang-undang. Dalam sebuah studi komparasi terhadap US FTC, kewenangan KPPU perlu diperluas sehingga memiliki yurisdiksi untuk menindak pelaku usaha yang melakukan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*. Selain itu, US FTC dalam melakukan investigasi berkaitan dengan organisasi, praktik, dan pengelolaan perusahaan memiliki kewenangan melakukan penggeledahan, sedangkan KPPU tidak memiliki kewenangan mandiri dalam penggeledahan sehingga penanganan dugaan persaingan usaha tidak sehat selama pandemi *Covid-19* tidak dapat dilaksanakan karena berdasarkan Pasal 36 ayat (1) UU Nomor 5 Tahun 1999, KPPU tidak memiliki kewenangan untuk bertindak mandiri sebelum adanya laporan sehingga tidak dapat mengambil langkah preventif atas *Covid-19 Deceptive Acts and Practices*. Bahwa perubahan Undang-Undang diperlukan guna mengakomodir kebutuhan hukum pemenuhan hak-hak konsumen di tengah maraknya gempuran tindakan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* oleh korporasi.

Pengaturan *Covid-19 Deceptive Acts and Practices* pada dasarnya dapat diterapkan pada UU Nomor 8 Tahun 1999, mengingat masalah tersebut merupakan cakupan perlindungan konsumen, sehingga dibutuhkan penambahan

kewenangan KPPU dalam bidang perlindungan konsumen seperti US FTC. Di Indonesia sendiri, belum ada lembaga yang berwenang dalam hal perlindungan konsumen dan hanya KPPU satu-satunya lembaga yang mungkin diberikan kewenangan tersebut.

## Ucapan Terima Kasih

Dengan ini tim penulis penelitian hukum dari Universitas Airlangga untuk kepenulisan Jurnal KPPU, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Fakultas Hukum Universitas Airlangga sebagai sumber pengetahuan tempat kami menimba ilmu, sekaligus sumber dukungan baik secara materiil maupun immateriil. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada panitia Jurnal KPPU karena telah memberikan kesempatan penulis untuk berkontribusi dan mengembangkan diri.

## Daftar Pustaka

- [1] "Indonesia: WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard With Vaccination Data | WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard With Vaccination Data." <https://covid19.who.int/region/searoc/country/id> (accessed Sep. 30, 2021).
- [2] "Mengenal Apa Itu PSBB, Aturan, Daerah yang Menerapkan hingga Sanksinya Halaman all - Kompas.com." <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/14/093800065/mengenal-apa-itu-psbb-aturan-daerah-yang-menerapkan-hingga-sanksinya?page=all> (accessed Sep. 30, 2021).
- [3] M. Hasrul, "Aspek Hukum Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Dalam Rangka Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)," *J. Legis.*, pp. 385–398, 2020.
- [4] "Beda PSBB vs PPKM | Indonesia Baik." <https://www.indonesiabaik.id/infografis/beda-psbb-vs-ppkm> (accessed Sep. 30, 2021).
- [5] A. Hartono and D. R. Rahadi, "Work From Home Terhadap Kinerja Karyawan Pada Masa Pandemi Covid 19," *J. Manaj. Bisnis*, vol. 18, no. 1, pp. 16–21, 2021.
- [6] "Viral Peredaran 'Obat Cina COVID-19' Disetop BPOM, Ini Faktanya." <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5574175/viral-peredaran-obat-cina-covid-19-disetop-bpom-ini-faktanya> (accessed Sep. 30, 2021).
- [7] M. Marzuki, *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*. Prenada Media, 2017.

- [8] "Bureaus & Offices | Federal Trade Commission." <https://www.ftc.gov/about-ftc/bureaus-offices> (accessed Sep. 30, 2021).
- [9] "Justice Department and FTC Announce Action to Stop Deceptive Marketing of Purported COVID-19 Treatments | OPA | Department of Justice." .
- [10] "In First Action Under COVID-19 Consumer Protection Act, FTC Seeks Monetary Penalties for Deceptive Marketing of Purported Coronavirus Treatments | Federal Trade Commission." <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2021/04/first-action-under-covid-19-consumer-protection-act-ftc-seeks> (accessed Sep. 30, 2021).
- [11] "Missouri chiropractor accused of false COVID-19 cure claims." .
- [12] *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. 1999, pp. 1-54.
- [13] R. K. Mustafa, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Prakteknya di Indonesia)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- [14] G. W. d. Muljadi, *Perikatan yang lahir dari Undang-Undang*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- [15] L. B. Kagramanto, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha (Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999)*, Surabaya: Laros, 2008.
- [16] "FEDERAL TRADE COMMISSION," [Online]. Available: <https://www.ftc.gov/>. [Accessed 28 September 2021].
- [17] M. Davis, "Investopedia," 25 June 2019. [Online]. Available: <https://www.investopedia.com/articles/financial-theory/10/the-us-federal-trade-commission.asp>. [Accessed 29 September 2021].