

PENGARUH HUKUM PERSAINGAN USAHA TERHADAP PLATFORM BISNIS DIGITAL TANTANGAN DAN ADAPTASI REGULASI DI INDONESIA

THE IMPACT OF COMPETITION LAW ON DIGITAL BUSINESS PLATFORMS: CHALLENGES AND REGULATORY ADAPTATION IN INDONESIA

Ahmad Nurafendi, Pandri Zulfikar, Eduardo Retno, Ronny Erlando, Imam Fathwa

Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

*Email Correspondence: 2507020155@students.unis.ac.id

Received: 01-04-2026 | Revised: 20-04-2026 | Accepted: 01-05-2026 | Published: 16-05-2026

Abstract

The development of digital business platforms in Indonesia has fundamentally changed market structure and business competition dynamics. Digital platforms such as e-commerce, ride-hailing, and fintech bring efficiency and innovation, but also create risks of anti-competitive practices that are not fully accommodated in the existing legal framework. Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition (Competition Law), which has been in force for more than two decades, faces significant challenges in regulating the digital economy characterized by dual roles of platforms, network effects, and two-sided market dominance. This study aims to analyze the influence of competition law on digital business platforms in Indonesia, identify law enforcement challenges, and formulate necessary regulatory adaptations. The method used is normative legal research with statutory, conceptual, and comparative approaches. The results indicate that the Competition Law has not accommodated digital economy dynamics, particularly regarding dual roles of platforms as both marketplace providers and business operators, data-based anti-competitive practices, algorithmic discrimination, and two-sided market dominance. Furthermore, the non-adoption of extraterritoriality principles limits the authority of the Commission for the Supervision of Business Competition (KPPU) in enforcing the law against foreign platforms. This study recommends modernization of the Competition Law, strengthening of KPPU capacity, and establishment of specific digital platform regulations to create a healthy and innovative competition ecosystem.

Keywords: Competition Law, Digital Platform, Law Number 5 of 1999, KPPU, Digital Economy, Anti-Competition

PENDAHULUAN

Indonesia mengalami transformasi ekonomi digital yang sangat pesat dalam dekade terakhir. Pertumbuhan platform bisnis digital telah mengubah cara masyarakat bertransaksi, berkomunikasi, dan mengakses layanan. Platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak; platform ride-hailing seperti Gojek dan Grab; serta platform fintech seperti OVO, GoPay, dan Dana telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Pertumbuhan ini didorong oleh tingginya penetrasi internet, penggunaan smartphone yang meluas, dan dukungan kebijakan pemerintah dalam mengembangkan ekonomi digital.

Namun, di balik manfaat yang ditawarkan, platform digital juga memunculkan berbagai tantangan hukum dalam bidang persaingan usaha. Platform digital memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari bisnis konvensional, yaitu efek jaringan (network effects), pasar dua sisi (two-sided markets), dan peran ganda (dual role) sebagai penyedia infrastruktur pasar sekaligus pelaku usaha yang berkompetisi di dalam pasar tersebut. Karakteristik ini menciptakan dinamika persaingan yang kompleks dan berpotensi menimbulkan praktik anti-persaingan yang sulit diatur dengan kerangka hukum konvensional.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU Persaingan Usaha) telah menjadi landasan hukum utama pengaturan persaingan usaha di

Indonesia selama lebih dari dua dekade. UU ini diundangkan pada era pra-digital, ketika transaksi bisnis masih didominasi oleh model konvensional dengan interaksi fisik antara pelaku usaha. Ketentuan-ketentuan dalam UU Persaingan Usaha pada dasarnya mengatur hubungan usaha yang berdimensi fisik, belum mengakomodasi dinamika ekonomi digital yang berkembang sangat pesat.

Ketua KPPU, M Fanshurullah Asa, menegaskan bahwa tantangan ekonomi digital jauh lebih kompleks dibandingkan dua dekade lalu. Indonesia tengah bertransformasi besar dengan platform digital yang kini memegang peran ganda, sebagai penyedia pasar atau marketplace sekaligus sebagai pelaku usaha yang berdagang. Peran ganda tersebut memunculkan risiko baru, seperti praktik anti-persaingan berbasis data, diskriminasi algoritmik, serta dominasi pasar dua sisi. Menurutnya, UU Nomor 5 Tahun 1999 belum mengakomodasi dinamika tersebut.

Tanpa regulasi yang adaptif, inovasi bisa terhambat dan pelaku usaha baru sulit masuk pasar yang telah dikuasai perusahaan teknologi besar. KPPU mengacu pada berbagai tinjauan internasional yang menilai daya saing Indonesia perlu penguatan, termasuk laporan United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), World Bank B-Ready, serta Survei Ekonomi OECD 2024 yang menyoroti pentingnya pembenahan regulasi persaingan usaha.

Dalam konteks penegakan hukum, KPPU telah menunjukkan keseriusan dalam mengawasi bisnis platform digital. KPPU memiliki Deputy Pencegahan yang bertugas mengawasi bisnis platform digital dengan mengawasi terjadinya perilaku diskriminasi. Taufik Ahmad selaku Plt. Deputy Pencegahan KPPU menyatakan bahwa peran KPPU meliputi pengawasan potensi perilaku diskriminasi, eksploitasi platform ke supplier atau antar platform, perjanjian eksklusif, dan predatory pricing.

Namun, penegakan hukum persaingan usaha terhadap platform digital menghadapi berbagai tantangan. Pertama, UU Persaingan Usaha belum mengatur secara spesifik e-commerce dan platform digital. Kedua, belum diadopsinya prinsip ekstrateritorialitas membatasi kewenangan KPPU untuk menegakkan hukum terhadap pelaku usaha asing yang beroperasi di Indonesia namun berkedudukan di luar wilayah hukum Indonesia. Ketiga, kompleksitas analisis pasar digital yang melibatkan efek jaringan dan pasar dua sisi memerlukan pendekatan dan metodologi yang berbeda dari analisis pasar konvensional.

Berdasarkan uraian di atas, maka diperlukan analisis hukum yang komprehensif terhadap pengaruh hukum persaingan usaha terhadap platform bisnis digital di Indonesia, tantangan yang dihadapi, serta adaptasi regulasi yang diperlukan untuk menjawab tantangan tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana karakteristik platform bisnis digital dan bentuk-bentuk praktik anti-persaingan yang muncul di dalamnya? 2) Bagaimana efektivitas hukum persaingan usaha yang berlaku saat ini (UU Nomor 5 Tahun 1999) dalam mengatur platform bisnis digital di Indonesia? 3) Bagaimana konstruksi hukum ideal adaptasi regulasi persaingan usaha untuk platform bisnis digital di Indonesia?

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan menggunakan tiga pendekatan, yaitu: (1) pendekatan perundang-undangan (statute approach), yang menganalisis ketentuan hukum positif yang berkaitan dengan persaingan usaha; (2) pendekatan konseptual (conceptual approach), yang mengkaji konsep platform digital, efek jaringan, pasar dua sisi, dan prinsip-prinsip hukum persaingan usaha; serta (3) pendekatan komparatif (comparative approach), yang membandingkan regulasi platform digital di yurisdiksi

lain seperti Uni Eropa, Amerika Serikat, dan Singapura untuk menarik pelajaran yang dapat diaplikasikan dalam konteks hukum Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Platform Bisnis Digital dan Bentuk-Bentuk Praktik Anti-Persaingan di Indonesia

Karakteristik Platform Digital di Indonesia

Indonesia merupakan pasar platform digital terbesar di Asia Tenggara dengan pertumbuhan yang sangat pesat. Beberapa karakteristik utama platform digital di Indonesia meliputi:

Pertama, konsentrasi pasar yang tinggi. Sektor e-commerce didominasi oleh beberapa platform besar seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Sektor ride-hailing didominasi oleh Gojek dan Grab. Sektor pembayaran digital didominasi oleh GoPay, OVO, Dana, dan ShopeePay. Konsentrasi ini menciptakan oligopoli digital yang berpotensi menghambat persaingan.

Kedua, integrasi vertikal dan horizontal. Platform besar di Indonesia cenderung mengembangkan ekosistem yang terintegrasi secara vertikal dan horizontal. Sebagai contoh, Gojek yang awalnya bergerak di bidang ride-hailing telah mengembangkan layanan pembayaran (GoPay), delivery (GoFood, GoSend), dan financial services (GoTo Financial). Integrasi ini menciptakan kekuatan pasar yang signifikan dan potensi konflik kepentingan.

Ketiga, peran ganda yang semakin menonjol. Platform marketplace tidak hanya menyediakan infrastruktur bagi penjual pihak ketiga, tetapi juga berjualan sendiri melalui label pribadi atau entitas terkait. Peran ganda ini memunculkan risiko self-preferencing dan eksploitasi data kompetitor.

Keempat, ketergantungan pada data. Platform digital Indonesia sangat bergantung pada data pengguna untuk mengembangkan layanan, menargetkan iklan, dan mengoptimalkan operasional. Ketergantungan ini menciptakan risiko monopoli data dan pelanggaran privasi.

Kelima, ekosistem yang tertutup. Platform besar cenderung menciptakan ekosistem tertutup di mana pengguna terkunci dalam rangkaian layanan yang saling terhubung, menyulitkan perpindahan ke platform lain.

Bentuk-Bentuk Praktik Anti-Persaingan Spesifik di Indonesia

Berdasarkan analisis terhadap praktik platform digital di Indonesia, teridentifikasi beberapa bentuk praktik anti-persaingan:

a. Monopoli Digital dan Penguasaan Pasar

Platform digital dengan skala besar memiliki kekuatan pasar yang signifikan sehingga dapat mengontrol pasar dan menciptakan hambatan masuk bagi platform lain. Monopoli digital juga dapat memonopoli pasar lain melalui integrasi platform, sehingga menjadi dominan dan mampu mengontrol platform lain. Kondisi ini menghambat persaingan dan inovasi di antara platform digital.

Sebagai contoh, dominasi platform e-commerce tertentu yang menguasai lebih dari 50 persen pangsa pasar menciptakan ketergantungan bagi penjual dan pembeli. Penjual kecil tidak memiliki alternatif yang layak untuk menjual produknya, sementara pembeli terbiasa dengan ekosistem platform tersebut.

b. Predatory Pricing

Platform digital dengan dukungan modal besar dapat menetapkan harga di bawah biaya produksi untuk mengusir pesaing. Praktik ini sering terjadi dalam bentuk diskon besar-besaran, gratis ongkir, atau

cashback yang tidak berkelanjutan secara finansial. Platform yang memiliki data sentris dapat mengontrol data penggunanya dan menggunakan predatory pricing untuk melumpuhkan pesaing.

KPPU telah mengidentifikasi potensi predatory pricing dalam sektor e-commerce dan ride-hailing. Namun, pembuktian predatory pricing sangat sulit karena platform dapat mengklaim bahwa diskon tersebut merupakan bagian dari strategi pemasaran yang wajar.

c. Lock-in Effect dan Switching Costs

Platform digital menerapkan kebijakan yang meningkatkan biaya perpindahan (switching cost) bagi pengguna yang ingin beralih ke platform lain. Praktik ini mencakup kurangnya interoperabilitas data, penghapusan riwayat transaksi, atau pencabutan akses ke fitur premium saat pengguna mencoba berpindah.

Pada platform ride-hailing, lock-in effect terjadi melalui program loyalitas, voucher yang terikat dengan penggunaan berkelanjutan, dan sistem rating yang tidak dapat dipindahkan ke platform lain. Pada platform e-commerce, lock-in terjadi melalui program membership, kredit toko, dan integrasi dengan layanan logistik.

d. Integrasi Vertikal dan Konflik Kepentingan

Platform yang berperan ganda sebagai penyedia infrastruktur dan pelaku usaha menciptakan konflik kepentingan. Platform dapat menggunakan data transaksi pesaing untuk mengembangkan produk kompetitif, menampilkan produk sendiri pada posisi yang lebih menonjol, atau mengubah algoritma untuk menguntungkan entitas terkait.

e. Perjanjian Eksklusif

Platform besar sering kali mewajibkan penjual atau mitra untuk tidak menjual produk atau layanan yang sama di platform pesaing. Perjanjian eksklusif ini secara langsung membatasi pilihan konsumen dan mengurangi persaingan antar platform.

f. Diskriminasi Algoritmik

Platform menggunakan algoritma untuk menentukan harga, visibilitas produk, atau akses ke fitur tertentu. Algoritma ini dapat didesain untuk mendiskriminasi pesaing atau kelompok pengguna tertentu. Sebagai contoh, algoritma dapat menampilkan harga yang lebih tinggi untuk pengguna yang telah menunjukkan kesediaan membayar lebih tinggi berdasarkan riwayat transaksi.

g. Eksploitasi Platform terhadap Supplier

Platform dengan posisi dominan dapat mengeksploitasi supplier melalui berbagai cara, seperti menetapkan komisi yang tinggi, menunda pembayaran, mengubah kebijakan secara sepihak, atau menghapuskan produk supplier tanpa alasan yang jelas. Praktik ini telah menjadi keluhan utama dari para penjual di marketplace.

Dampak Praktik Anti-Persaingan terhadap Ekosistem Digital

Praktik anti-persaingan pada platform digital memiliki dampak yang signifikan:

Dampak terhadap konsumen: Konsumen dapat mengalami harga yang lebih tinggi dalam jangka panjang setelah pesaing tersingkir, kualitas layanan yang menurun karena kurangnya tekanan kompetitif, dan pilihan yang terbatas karena dominasi satu atau beberapa platform.

Dampak terhadap pelaku usaha kecil dan menengah: UMKM yang bergantung pada platform digital dapat mengalami margin yang semakin tipis karena komisi tinggi, ketergantungan yang berlebihan pada satu platform, dan kesulitan bersaing dengan produk private label platform.

Dampak terhadap inovasi: Praktik killer acquisition dan monopoli data dapat menghambat inovasi dengan mengeliminasi pesaing potensial sebelum mereka berkembang. Start-up yang inovatif lebih memilih untuk diakuisisi oleh platform besar daripada bersaing.

Dampak terhadap perekonomian nasional: Konsentrasi pasar digital yang tinggi dapat mengurangi daya saing ekonomi nasional, mengalihkan keuntungan ke luar negeri (untuk platform asing), dan menciptakan ketimpangan ekonomi.

Efektivitas Hukum Persaingan Usaha dalam Mengatur Platform Digital

Analisis Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

UU Persaingan Usaha merupakan instrumen hukum utama yang mengatur persaingan usaha di Indonesia. Namun, UU yang diundangkan pada tahun 1999 ini memiliki berbagai keterbatasan dalam mengatur platform digital:

a. Definisi Pelaku Usaha yang Terbatas

Pasal 1 huruf e UU Persaingan Usaha mendefinisikan pelaku usaha sebagai 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. Definisi ini membatasi kewenangan KPPU hanya pada pelaku usaha yang berkedudukan atau melakukan kegiatan usahanya di Indonesia.

Dalam konteks platform digital, banyak platform asing yang melayani konsumen Indonesia namun berkedudukan di luar wilayah hukum Indonesia, seperti di Singapura, Tiongkok, atau Amerika Serikat. Keterbatasan definisi ini menyebabkan KPPU tidak dapat menegakkan hukum terhadap platform asing yang melakukan praktik anti-persaingan yang berdampak pada pasar Indonesia.

b. Tidak Adanya Pengaturan Spesifik Platform Digital

UU Persaingan Usaha tidak memiliki pengaturan yang spesifik terkait e-commerce dan platform digital. Ketentuan-ketentuan dalam UU ini cenderung berdimensi perdagangan fisik dan belum mengakomodasi karakteristik unik platform digital seperti efek jaringan, pasar dua sisi, dan peran ganda.

c. Tidak Diadopsinya Prinsip Ekstrateritorialitas

Prinsip ekstrateritorialitas mengacu pada kemampuan negara untuk melaksanakan kewenangannya atas aktor dan kegiatan di luar wilayahnya sendiri. Prinsip ini pertama kali diperkenalkan dalam hukum persaingan usaha Amerika Serikat melalui Sherman Acts 1890 dan The Clayton and Federal Trade Commission Acts.

Indonesia belum mengadopsi prinsip ekstrateritorialitas dalam UU Persaingan Usaha. Kondisi ini mengakibatkan sulit atau bahkan tidak dapat ditegakkannya hukum persaingan usaha Indonesia terhadap pelaku usaha platform digital asing yang melakukan tindakan anti-persaingan di luar wilayah yurisdiksi Indonesia namun menimbulkan dampak negatif bagi pasar atau perekonomian Indonesia.

d. Kelemahan dalam Mengatur Praktik Berbasis Data

UU Persaingan Usaha tidak mengatur secara spesifik praktik anti-persaingan yang berbasis data, seperti data exploitation, algorithmic discrimination, dan monopoli data. Padahal, data merupakan sumber kekuatan utama platform digital dan praktik berbasis data merupakan bentuk anti-persaingan yang paling relevan dalam ekonomi digital.

e. Ketidakjelasan tentang Self-Preferencing

UU Persaingan Usaha tidak secara eksplisit mengatur self-preferencing, yaitu praktik platform yang mengutamakan produk atau layanannya sendiri. Padahal, self-preferencing merupakan salah satu praktik anti-persaingan yang paling umum pada platform dengan peran ganda.

Peran dan Kewenangan KPPU

KPPU sebagai otoritas persaingan usaha independen memiliki peran strategis dalam mengawasi platform digital. Berdasarkan UU Persaingan Usaha, KPPU memiliki kewenangan sebagai investigator, penyidik, pemeriksa, penuntut, pemutus, dan fungsi konsultatif.

Dalam konteks platform digital, KPPU telah menunjukkan keseriusan dengan membentuk Deputi Pencegahan yang khusus mengawasi bisnis platform digital. KPPU mengawasi potensi perilaku diskriminasi, eksploitasi platform ke supplier atau antar platform, perjanjian eksklusif, dan predatory pricing. Posisi KPPU berada di tengah siklus ekosistem digital, yaitu di antara penjual, platform, dan pembeli. KPPU hadir untuk mengawasi persaingan antara platform dan memastikan ekosistem digital tetap kompetitif.

Selain fungsi pengawasan, KPPU juga memiliki peran advokasi dengan memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah mengenai kebijakan maupun peraturan-peraturan yang dinilai bersinggungan dengan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, khususnya yang berkaitan dengan sektor ekonomi digital. Namun, efektivitas KPPU dalam menegakkan hukum persaingan usaha terhadap platform digital masih menghadapi kendala:

Pertama, keterbatasan sumber daya. KPPU memiliki keterbatasan dalam jumlah personel, anggaran, dan kapasitas teknis untuk mengawasi ribuan platform digital yang beroperasi di Indonesia.

Kedua, kompleksitas analisis pasar digital. Analisis pasar digital memerlukan pemahaman mendalam tentang teknologi, algoritma, dan ekonomi digital yang mungkin tidak dimiliki oleh seluruh staf KPPU.

Ketiga, keterbatasan kewenangan ekstrateritorial. Seperti telah dijelaskan, KPPU tidak memiliki kewenangan untuk menegakkan hukum terhadap platform asing yang beroperasi di luar wilayah hukum Indonesia.

Keempat, resistensi dari platform besar. Platform digital dengan sumber daya finansial yang melimpah dapat melakukan perlawanan hukum yang kuat terhadap keputusan KPPU, termasuk mengajukan gugatan ke pengadilan dan melakukan lobi politik.

Tantangan Penegakan Hukum

Penegakan hukum persaingan usaha terhadap platform digital menghadapi berbagai tantangan spesifik:

a. Kompleksitas Bukti Digital

Bukti praktik anti-persaingan pada platform digital sering kali berupa data elektronik, algoritma, dan log transaksi yang kompleks. Pengumpulan dan analisis bukti ini memerlukan keahlian teknis yang tinggi dan akses ke sistem platform yang sering kali terbatas.

b. Kecepatan Perubahan Teknologi

Platform digital terus berinovasi dan mengubah model bisnisnya. Regulasi yang dibuat hari ini mungkin sudah tidak relevan besok karena platform telah mengembangkan model bisnis baru yang belum diatur.

c. Asimetri Informasi

Platform digital memiliki akses penuh terhadap data transaksi dan perilaku pengguna, sementara regulator dan pesaing memiliki akses yang terbatas. Asimetri informasi ini menyulitkan deteksi dan pembuktian praktik anti-persaingan.

d. **Jurisdiksi Lintas Batas**

Platform digital sering kali beroperasi lintas negara dengan server, data, dan entitas hukum yang tersebar di berbagai yurisdiksi. Koordinasi penegakan hukum antar negara sangat sulit dilakukan.

e. **Pertimbangan Keseimbangan**

Regulator harus menyeimbangkan antara mencegah praktik anti-persaingan dan tidak menghambat inovasi. Platform digital sering kali memberikan manfaat signifikan bagi konsumen dalam bentuk harga rendah dan kemudahan, sehingga intervensi regulator harus dilakukan dengan sangat hati-hati.

Perbandingan dengan Yurisdiksi Lain

Perbandingan dengan yurisdiksi lain menunjukkan bahwa Indonesia tertinggal dalam mengatur platform digital:

Uni Eropa telah mengeluarkan Digital Markets Act (DMA) yang secara spesifik mengatur gatekeeper platform digital. DMA menetapkan kewajiban dan larangan spesifik bagi platform yang memenuhi kriteria gatekeeper, termasuk larangan self-preferencing, kewajiban interoperabilitas, dan kewajiban berbagi data. Uni Eropa juga telah mengeluarkan Digital Services Act (DSA) yang mengatur tanggung jawab platform digital terhadap konten yang dihosting.

Amerika Serikat melalui Federal Trade Commission (FTC) dan Department of Justice (DOJ) telah aktif menegakkan hukum antitrust terhadap platform digital besar seperti Google, Amazon, Facebook, dan Apple. Kasus-kasus tersebut melibatkan praktik self-preferencing, eksklusivitas, dan akuisisi anti-kompetitif.

Singapura melalui Competition and Consumer Commission of Singapore (CCCS) telah mengeluarkan panduan khusus mengenai platform digital dan telah menangani kasus-kasus yang melibatkan platform e-commerce dan ride-hailing.

Tiongkok telah mengambil langkah tegas dengan mengeluarkan berbagai regulasi yang mengatur platform digital, termasuk Anti-Monopoly Guidelines for Platform Economy yang secara spesifik mengatur praktik anti-persaingan pada platform digital.

Konstruksi Hukum Ideal Adaptasi Regulasi Persaingan Usaha untuk Platform Digital

Berdasarkan analisis terhadap kekosongan regulasi dan perbandingan dengan yurisdiksi lain, penelitian ini merumuskan konstruksi hukum ideal adaptasi regulasi persaingan usaha untuk platform digital di Indonesia melalui lima pilar utama:

Modernisasi Undang-Undang Persaingan Usaha

Amandemen UU Persaingan Usaha diperlukan untuk mengakomodasi dinamika ekonomi digital. Beberapa ketentuan yang perlu ditambahkan atau diubah meliputi:

a. **Perluasan Definisi Pelaku Usaha**

Definisi pelaku usaha perlu diperluas untuk mencakup platform digital yang beroperasi di Indonesia meskipun berkedudukan di luar wilayah hukum Indonesia. Perluasan ini dapat dilakukan dengan mengadopsi prinsip ekstrateritorialitas atau minimal dengan mengatur kewenangan KPPU atas platform asing yang memiliki dampak substansial pada pasar Indonesia.

b. Pengaturan Spesifik Platform Digital

Perlu ditambahkan bab atau pasal khusus yang mengatur platform digital, mencakup definisi platform digital, kriteria gatekeeper, dan larangan spesifik seperti self-preferencing, predatory pricing, exclusive dealing, dan data exploitation.

c. Pengaturan Praktik Berbasis Data

Perlu diatur secara spesifik praktik anti-persaingan yang berbasis data, termasuk larangan penggunaan data kompetitor untuk keuntungan sendiri, kewajiban berbagi data dalam kondisi tertentu, dan larangan algorithmic discrimination.

d. Penguatan Kewenangan KPPU

Kewenangan KPPU perlu diperkuat dengan memberikan akses ke data platform, kewenangan untuk melakukan audit algoritma, dan kewenangan untuk mengeluarkan perintah interim yang dapat segera menghentikan praktik anti-persaingan.

e. Peningkatan Sanksi

Sanksi untuk pelanggaran hukum persaingan usaha oleh platform digital perlu ditingkatkan untuk menciptakan efek jera. Sanksi dapat berupa denda yang proporsional dengan pendapatan platform, penghentian sementara operasi, atau pencabutan izin.

Pembentukan Regulasi Khusus Platform Digital

Selain amandemen UU Persaingan Usaha, diperlukan regulasi khusus yang mengatur platform digital secara komprehensif. Regulasi ini dapat berupa Peraturan Pemerintah atau Peraturan KPPU yang mencakup:

a. Klasifikasi Platform

Pengklasifikasian platform berdasarkan ukuran, jenis layanan, dan dampak pasar. Platform dengan dampak signifikan (gatekeeper) harus memenuhi kewajiban yang lebih ketat.

b. Larangan Self-Preferencing

Larangan eksplisit terhadap praktik self-preferencing oleh platform dengan peran ganda, dengan pengecualian yang jelas dan terbatas.

c. Kewajiban Interoperabilitas

Kewajiban bagi platform besar untuk memastikan interoperabilitas data dan layanan dengan platform lain, sehingga mengurangi lock-in effect dan switching costs.

d. Kewajiban Transparansi Algoritma

Kewajiban bagi platform untuk mengungkapkan secara transparan cara kerja algoritma yang digunakan untuk menentukan harga, visibilitas produk, dan akses ke fitur.

e. Perlindungan Data Pesaing

Larangan penggunaan data transaksi pesaing untuk keuntungan kompetitif, dengan kewajiban menjaga kerahasiaan data pesaing.

Penguatan Kapasitas KPPU

Efektivitas penegakan hukum sangat bergantung pada kapasitas KPPU. Beberapa langkah yang perlu diambil:

a. Pembentukan Unit Khusus Platform Digital

KPPU perlu membentuk unit khusus yang menangani kasus-kasus platform digital dengan personel yang memiliki keahlian di bidang teknologi informasi, data science, dan ekonomi digital.

b. Peningkatan Anggaran dan Sumber Daya Manusia

Peningkatan anggaran untuk pengawasan platform digital, termasuk investasi dalam teknologi monitoring dan analisis data.

c. Kerja Sama Internasional

Memperkuat kerja sama dengan otoritas persaingan usaha di negara lain untuk pertukaran informasi, koordinasi penegakan hukum, dan harmonisasi standar.

d. Pengembangan Kapasitas Teknis

Pelatihan khusus bagi staf KPPU dalam bidang analisis algoritma, forensik digital, dan ekonomi platform.

Penerapan Pendekatan Regulasi yang Proposional dan Adaptif

Regulasi platform digital harus menerapkan pendekatan yang proposional dan adaptif:

a. Risk-Based Regulation

Regulasi didasarkan pada tingkat risiko yang ditimbulkan oleh platform. Platform dengan risiko tinggi (gatekeeper) mendapatkan pengawasan yang lebih ketat, sementara platform dengan risiko rendah mendapatkan pengawasan yang lebih ringan.

b. Regulatory Sandbox

Penerapan regulatory sandbox untuk model bisnis platform digital yang inovatif, dengan relaksasi regulasi tertentu dalam batas waktu dan ruang lingkup yang terbatas.

c. Co-Regulation

Mendorong industri untuk mengembangkan kode etik dan standar self-regulation yang diawasi oleh KPPU.

d. Evaluasi Berkala

Melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas regulasi dan menyesuaikannya dengan perkembangan teknologi.

Peningkatan Kesadaran dan Partisipasi Publik

Efektivitas regulasi juga bergantung pada partisipasi publik:

a. Program Edukasi

Meningkatkan literasi digital dan kesadaran masyarakat tentang praktik anti-persaingan pada platform digital.

b. Mekanisme Pengaduan

Mempermudah mekanisme pengaduan bagi konsumen dan pelaku usaha yang menjadi korban praktik anti-persaingan.

c. Transparansi Proses

Meningkatkan transparansi dalam proses pengawasan dan penegakan hukum oleh KPPU.

d. Keterlibatan Stakeholder

Melibatkan berbagai stakeholder, termasuk akademisi, industri, dan masyarakat sipil, dalam proses perumusan kebijakan.

Implementasi Bertahap

Konstruksi hukum ini harus diimplementasikan secara bertahap:

- Fase 1 (0-12 bulan): Sosialisasi dan konsultasi publik mengenai kebutuhan modernisasi regulasi, pembentukan unit khusus platform digital di KPPU, dan peluncuran program edukasi.
- Fase 2 (12-24 bulan): Penyusunan rancangan amandemen UU Persaingan Usaha dan rancangan regulasi khusus platform digital, serta penguatan kapasitas teknis KPPU.
- Fase 3 (24-36 bulan): Pengesahan amandemen UU dan penerapan regulasi khusus, dengan periode transisi bagi platform untuk beradaptasi.
- Fase 4 (36-48 bulan): Evaluasi penuh terhadap efektivitas regulasi baru dan penyesuaian berdasarkan hasil evaluasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Platform bisnis digital di Indonesia memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari bisnis konvensional, yaitu efek jaringan, pasar dua sisi, peran ganda, data-centric business model, dan konsentrasi pasar yang tinggi. Bentuk-bentuk praktik anti-persaingan yang muncul meliputi monopoli digital, predatory pricing, lock-in effect, integrasi vertikal dengan konflik kepentingan, perjanjian eksklusif, diskriminasi algoritmik, dan eksploitasi platform terhadap supplier. Praktik-praktik ini memiliki dampak signifikan terhadap konsumen, UMKM, inovasi, dan perekonomian nasional.
2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat belum efektif dalam mengatur platform bisnis digital. Keterbatasan utama meliputi definisi pelaku usaha yang terbatas pada yang berkedudukan di Indonesia, tidak adanya pengaturan spesifik platform digital, belum diadopsinya prinsip ekstrateritorialitas, kelemahan dalam mengatur praktik berbasis data, dan ketidakjelasan tentang self-preferencing. KPPU telah menunjukkan keseriusan dalam mengawasi platform digital, namun masih menghadapi kendala sumber daya, kompleksitas analisis, keterbatasan kewenangan, dan resistensi dari platform besar.
3. Konstruksi hukum ideal adaptasi regulasi persaingan usaha untuk platform digital terdiri dari lima pilar: (1) modernisasi UU Persaingan Usaha melalui perluasan definisi pelaku usaha, pengaturan spesifik platform digital, pengaturan praktik berbasis data, penguatan kewenangan KPPU, dan peningkatan sanksi; (2) pembentukan regulasi khusus platform digital yang mencakup klasifikasi platform, larangan self-preferencing, kewajiban interoperabilitas, transparansi algoritma, dan perlindungan data pesaing; (3) penguatan kapasitas KPPU melalui pembentukan unit khusus, peningkatan anggaran, kerja sama internasional, dan pengembangan kapasitas teknis; (4) penerapan pendekatan regulasi yang proposional dan adaptif melalui risk-based regulation, regulatory sandbox, co-regulation, dan evaluasi berkala; serta (5) peningkatan kesadaran dan partisipasi publik melalui program edukasi, mekanisme pengaduan, transparansi proses, dan keterlibatan stakeholder.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Areeda, Phillip, dan Donald F. Turner. (1975). *Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act*. *Harvard Law Review*, 88(4), 697-733.
- Bork, Robert H. (1978). *The Antitrust Paradox: A Policy at War with Itself*. New York: Basic Books.
- Cooter, Robert, dan Thomas Ulen. (2016). *Law and Economics*. 6th ed. Boston: Addison-Wesley.
- Easterbrook, Frank H. (1984). *The Limits of Antitrust*. *Texas Law Review*, 63(1), 1-40.
- Posner, Richard A. (2001). *Antitrust Law*. 2nd ed. Chicago: University of Chicago Press.

Jurnal Ilmiah

- Ahmadi, Dadang Hermawan Candra. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Effendi, Basri. (2020). Pengawasan dan Penegakan Hukum terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Sistem Kajian Hukum dan Lingkungan*, 4(1), 21-32.
- Febrina, Rika. (2022). Persaingan Usaha pada Era Digital Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Karya Ilmiah Multidisiplin (JURKIM)*, 2(1), 121-127.
- Hayati, Adis Nur. (2021). Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 109-122. <https://doi.org/10.30641/dejure.2021.v21.109-122>
- Hotana, Melisa Setiawan. (2018). Industri E-Commerce dalam Menciptakan Pasar yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 1(1), 28-38.
- Lubis, Andi Fahmi, Anna Maria Tri Anggraini, dan Kurnia Toha. (2017). *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Lukito, Imam. (2017). Tantangan Hukum dan Peran Pemerintah dalam Pembangunan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 11(3), 353-370.
- Maheswari, Alya Anindita. (2020). Batasan, Wewenang dan Keterlibatan KPPU dalam Kasus Persekongkolan Tender Menurut Hukum Persaingan Usaha. *Jurist-Diction*, 3(5), 1583-1596.
- Matompo, Oktavianus Surya, dan Muhammad Nafri. (2020). Revolusi Industri 4.0 dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 4(2), 1-15.
- Sabrina, Alifa Nurin. (2020). Penerapan Prinsip Ekstrateritorialitas terhadap Pengawasan Pengambilalihan Saham dalam Hukum Persaingan Usaha. *Jurist-Diction*, 3(5), 1287-1300.
- Sinaga, Irene Puteri A. S., Gerhan Muhammad Rizky, dan Khoirul Sodikin. (2024). Analisis Tantangan Penegakan Hukum dan Persaingan Usaha di Era Digitalisasi. *Jurnal Lentera Hukum*, 4(1). <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i1.594>

Peraturan Perundang-Undangan

- Indonesia. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Uni Eropa. Regulation (EU) 2022/1925 (Digital Markets Act).
- Uni Eropa. Regulation (EU) 2022/2065 (Digital Services Act).
- Amerika Serikat. Sherman Antitrust Act of 1890, 15 U.S.C. 1-7.
- Amerika Serikat. Clayton Antitrust Act of 1914, 15 U.S.C. 12-27.
- Amerika Serikat. Federal Trade Commission Act of 1914, 15 U.S.C. 41-58.

Laporan dan Publikasi Resmi

- KPPU. (2018). Hasil Wawancara dengan Taufik Ahmad, Selaku Plt. Deputi Pencegahan KPPU. *Majalah Kompetisi Edisi 62*. Jakarta: KPPU.
- KPPU. (2018). *Meraup Pasar E-Commerce*. *Majalah Kompetisi Edisi 62/2018*. Jakarta: KPPU.
- KPPU. (2018). *Posisi KPPU dalam Regulasi E-Commerce*. *Majalah Kompetisi Edisi 62*. Jakarta: KPPU.
- KPPU. (2020). *Menyoroti Industri Ekonomi Digital*. *Majalah Kompetisi Edisi II*. Jakarta: KPPU.

OECD. (2024). OECD Economic Surveys: Indonesia 2024. Paris: OECD Publishing.

UNCTAD. (2024). Digital Economy Report 2024. Geneva: United Nations.

World Bank. (2024). B-Ready Report: Indonesia. Washington DC: World Bank.

Sumber Online

Beranda Post. (2026, 2 Maret). KPPU Dorong Modernisasi UU Persaingan Usaha Hadapi Ekonomi Digital. <https://berandapost.com/2026/03/02/kppu-dorong-modernisasi-uu-persaingan-usaha-hadapi-ekonomi-digital/>

Kompas. (2025, 11 Desember). Hadapi Tantangan Persaingan Usaha di Era Digital, KPPU Tekankan Urgensi. <https://kilasbadannegara.kompas.com/kppu/read/2025/12/11/183022226/hadapi-tantangan-persaingan-usaha-di-era-digital-kppu-tekankan-urgensi>

Law Policy Journal. (2021). Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor E-Commerce di Indonesia. <https://lawpolicyjournal.id/index.php/dejure/article/download/1583/pdf/6646>

UIN Malang. (2021). Persaingan Usaha di Era Digital: Tantangan dan Penegakan. <https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/download/12007/5539/>