

Rekonstruksi Penegakan Hukum Persaingan Usaha Terhadap Dominasi Pasar Dalam Ekonomi Digital Di Indonesia

Nurul Laylan Hsb,¹ Nada Ulya Qinvi,² Queen Aisyah Nabila³

¹Universitas Jambi, Indonesia

²Institut Bakti Nusantara, Indonesia

³Universitas Jambi, Indonesia

nurullaylanhsb@unja.ac.id

Abstract

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah secara signifikan struktur pasar dan pola persaingan usaha, khususnya melalui kehadiran platform digital yang bertumpu pada penguasaan data, efek jaringan (*network effects*), dan algoritma. Kondisi tersebut memungkinkan terjadinya dominasi pasar oleh pelaku usaha tertentu yang tidak lagi semata-mata ditentukan oleh pangsa pasar konvensional, melainkan oleh kontrol terhadap data dan teknologi. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis tantangan penegakan hukum persaingan usaha terhadap dominasi pasar dalam ekonomi digital di Indonesia serta merumuskan kebutuhan rekonstruksi pendekatan penegakan hukum yang lebih adaptif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan yuridis-kualitatif, melalui kajian terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, praktik penegakan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), serta literatur dan studi kasus yang relevan dengan pasar digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pasar digital yang bersifat multi-sisi, berbasis data, dan bergerak cepat menimbulkan kesulitan dalam penentuan pasar relevan, pembuktian posisi dominan, serta identifikasi penyalahgunaan dominasi. Praktik seperti *self-preferencing*, penguncian ekosistem, diskriminasi berbasis data, dan penetapan syarat perdagangan yang tidak wajar berpotensi menghambat persaingan yang sehat dan merugikan pelaku usaha kecil serta konsumen. Dalam konteks tersebut, peran KPPU menjadi krusial tidak hanya sebagai penegak hukum, tetapi juga sebagai institusi yang mendorong pengembangan pendekatan analisis yang kontekstual dan berbasis dampak. Artikel ini membahas terkait penegakan hukum persaingan usaha di era digital memerlukan pembaruan kerangka hukum, penguatan kapasitas kelembagaan dan teknis KPPU, serta sinergi lintas regulator guna menjamin terciptanya persaingan usaha yang sehat, adil, dan berkelanjutan dalam ekosistem digital Indonesia.

Keywords: Hukum Persaingan Usaha, Dominasi Pasar, Ekonomi Digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah struktur pasar secara fundamental, sehingga menciptakan dinamika persaingan yang berbeda dibandingkan

pasar tradisional. Ekosistem digital yang memanfaatkan basis data besar (*big data*), efek jaringan (*network effects*), dan platform multi-sisi telah memungkinkan beberapa pelaku usaha teknologi untuk memperoleh dominasi pasar yang signifikan. Dominasi ini bukan semata berasal dari asset fisik, tetapi lebih banyak karena kemampuan platform mengumpulkan dan mengendalikan data pengguna serta algoritma yang memperkuat posisi mereka dalam pasar digital. Akibatnya, perusahaan besar dapat mengeksploitasi kekuatan pasar mereka untuk menetapkan aturan persaingan, menentukan harga atau kondisi layanan, serta membatasi ruang bagi pelaku usaha yang lebih kecil untuk bersaing secara efektif.¹

Dalam konteks hukum persaingan usaha di Indonesia, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjadi landasan utama untuk mencegah praktik anti-persaingan, termasuk penyalahgunaan posisi dominan. Meskipun demikian, karakteristik ekonomi digital seperti penguasaan data, algoritma otomatis, dan sifat pasar multi sisi menimbulkan tantangan dalam operasionalisasi hukum yang ada. Beberapa studi menunjukkan bahwa regulasi yang saat ini berlaku belum sepenuhnya mampu menangkap fenomena dominasi pasar yang bersifat non-konvensional, seperti dominasi berbasis data atau kolusi algoritmik yang tidak memerlukan kesepakatan eksplisit antar pelaku usaha.² Hukum Persaingan Usaha di satu pihak diperlukan untuk menjamin agar kebebasan bersaing dalam perekonomian dapat berlangsung tanpa hambatan, dan di lain pihak UU ini juga berfungsi sebagai rambu-rambu untuk memagari agar tidak terjadi praktik-praktik ekonomi yang tidak sehat dan tidak wajar. Tujuan dari UU Anti monopoli adalah untuk menciptakan efisiensi pasar dengan mencegah monopoly, baik itu *productive efficiency* dan *allocative efficiency*.³

Kasus praktik dominasi pasar dan penyalahgunaan posisi dominan di era digital juga telah muncul di Indonesia, menunjukkan peran otoritas persaingan dalam

¹Ria Setyawati et al., "Data Driven Dominance in Digital Markets: Assessing Indonesian Competition Law in the Digital Age," *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 12, no. 2 (2024): 264–84, <https://doi.org/10.29303/ius.v12i2.1377>.

²Moch. Marsa Taufiqurrohman et al., "Digital Markets and Data Exploitation: Addressing Abuse of Dominance Under Indonesian Competition Law," *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 25, no. 1 (2025): 1–18, <https://doi.org/10.30641/dejure.2025.V25.1-18>.

³Aldo Suhartono Putra, HUKUM PERSAINGAN 4.0: ISSUE BIGDATA, ARTIFICIAL INTELLIGENCE DAN BLOCKCHAIN DALAM KONTEKS HUKUM PERSAINGAN USAHA DI ERA INDUSTRI EKONOMI DIGITAL, *Jurnal Dharmasysya*, 1 (2021).

mengawasi aktivitas pelaku usaha digital. Misalnya, otoritas persaingan di Indonesia telah menjatuhkan sanksi administrative terhadap praktik yang dianggap melanggar hukum persaingan oleh perusahaan digital besar, serta memberikan persetujuan bersyarat terhadap akuisisi platform digital yang berpotensi meningkatkan konsentrasi pasar. Kasus semacam ini menjadi indikasi bahwa fenomena dominasi pasar di ekonomi digital tidak hanya relevan tetapi juga mendesak untuk dianalisis dari perspektif hukum persaingan usaha.

Selain itu, perkembangan ekonomi digital juga telah menimbulkan berbagai bentuk praktik anti-persaingan yang lebih kompleks dibandingkan mekanisme pasar tradisional. Tidak hanya dominasi posisi pasar, tetapi aktivitas seperti penyalahgunaan data pengguna, diskriminasi algoritmik, dan *predatory pricing* berbasis kecerdasan buatan (AI) menjadi focus perhatian otoritas persaingan usaha. Karakteristik tersebut menciptakan hambatan signifikan bagi pemain kecil untuk masuk dan berkompetisi secara efektif dalam pasar digital, sehingga menciptakan ketimpangan pasar yang merugikan konsumen serta inovasi usaha yang lebih kecil. Oleh karena itu, pendekatan hukum persaingan usaha konvensional dipandang masih kurang memadai untuk mengatur fenomena tersebut.

Sejumlah studi akademik menunjukkan bahwa dominasi pasar dalam ekosistem digital tidak semata dilihat dari pangsa pasar konvensional, melainkan dari penguasaan data dan kemampuan teknologi yang menghasilkan nilai lebih tinggi. *Big data* dan algoritma yang dimiliki oleh pelaku usaha digital besar menjadi modal penting bagi mereka untuk menentukan perilaku pasar, memprediksi permintaan, serta mengatur struktur harga tanpa perlu kesepakatan eksplisit antar pelaku usaha. Model pasar seperti ini membuat ukuran dominasi tradisional seperti pangsa pasar persentase tidak lagi mencerminkan kekuatan ekonomi nyata dalam konteks digital.⁴

Dalam konteks persaingan usaha, kebijakan *platform marketplace* yang meminta penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah menimbulkan pertanyaan serius mengenai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum persaingan usaha. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur bahwa pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian atau

⁴Ria Setyawati et al., "Data Driven Dominance in Digital Markets."

kegiatan yang dapat menghambat persaingan yang sehat, termasuk pengaturan harga dan penyalahgunaan posisi dominan.⁵ Praktik penetapan harga oleh platform marketplace dapat dianggap sebagai bentuk pengaturan harga yang dilarang, jika platform tersebut memaksa penjual untuk menetapkan harga tertentu. Selain itu, jika platform memiliki posisi dominan di pasar, kebijakan ini dapat dianggap sebagai penyalahgunaan posisi dominan yang dapat merugikan persaingan dan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mendalam mengenai implikasi hukum dari kebijakan tersebut, baik dari perspektif hukum nasional maupun internasional.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dominasi pasar dalam ekonomi digital menghadirkan tantangan serius bagi efektivitas penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia. Kompleksitas karakteristik pasar digital, mulai dari penguasaan data, peran algoritma, hingga kebijakan platform yang berpotensi membatasi kebebasan pelaku usaha lain, menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum yang berlaku dengan realitas praktik bisnis digital. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menganalisis secara komprehensif bagaimana hukum persaingan usaha merespons fenomena dominasi pasar dalam ekonomi digital, serta untuk merumuskan pendekatan penegakan hukum yang lebih adaptif, responsif, dan berkeadilan guna menjamin terciptanya iklim persaingan usaha yang sehat, efisien, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif normatif dengan metode analisis yuridis, yang diarahkan pada pengkajian norma-norma hukum yang berlaku serta keterkaitannya dengan perkembangan ekonomi digital. Pendekatan tersebut dipilih untuk menilai sejauh mana efektivitas hukum persaingan usaha di Indonesia, khususnya dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dalam merespons dinamika pasar digital dan menjamin terciptanya keadilan di antara para pelaku usaha.

Ruang lingkup penelitian dibatasi pada kajian hukum substantif, mencakup aspek pengaturan perundang-undangan, struktur kelembagaan KPPU sebagai otoritas persaingan usaha, serta mekanisme penegakan hukum terhadap pelaku usaha digital

⁵Arief Rahman, "Perlindungan Hukum Terhadap Persaingan Usaha Yang Adil Dalam Perkembangan E-Commerce Di Indonesia," *Commerce Law* 5, no. 1 (2025): 32–42.

yang diduga melakukan praktik anti-persaingan, termasuk penyalahgunaan posisi dominan, perjanjian eksklusif, dan penciptaan hambatan masuk pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan temuan yang dapat dijadikan landasan rekomendasi dalam rangka pembaruan regulasi dan penguatan kelembagaan hukum persaingan usaha di Indonesia, khususnya dalam menghadapi percepatan transformasi digital.

HASIL PEMBAHASAN

Dugaan Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Pelaku Usaha Dalam Ekonomi Digital

Transformasi ekonomi digital telah mengubah secara mendasar struktur pasar dan pola persaingan usaha. Kehadiran platform digital dengan karakteristik berbasis teknologi, data, dan jaringan pengguna yang luas menyebabkan terjadinya konsentrasi kekuatan ekonomi pada sejumlah pelaku usaha tertentu. Dalam konteks ini, posisi dominan menjadi fenomena yang relatif mudah terbentuk, terutama pada pasar digital yang bersifat *winner takes most*. Namun demikian, hukum persaingan usaha tidak melarang kepemilikan posisi dominan itu sendiri, melainkan menitikberatkan pada larangan terhadap penyalahgunaan posisi dominan yang ber dampak negatif terhadap mekanisme persaingan dan kepentingan publik.

Perkembangan ekonomi digital menimbulkan pola persaingan yang berbeda dari pasar tradisional multisided platforms, eksternalitas data, dan jaringan efek (network effects) menjadi ciri khas yang berpotensi memusatkan kekuatan pasar pada beberapa pelaku usaha besar. Posisi dominan sendiri bukanlah pelanggaran; yang dilarang adalah penyalahgunaan posisi dominan yang mengakibatkan pembatasan kompetisi atau merugikan kepentingan umum. Dalam konteks Indonesia, definisi dan larangan tersebut diatur dalam Undang-Undang Persaingan (UU No. 5 Tahun 1999).⁶

Dominasi di pasar digital sering muncul melalui kombinasi: (i) penguasaan basis pengguna (market share pengguna), (ii) kontrol atas data besar (big data) yang memberi keunggulan analitik, (iii) efek jaringan yang memperkuat posisi incumbent (lebih banyak pengguna → lebih banyak nilai), dan (iv) kemampuan integrasi lintas

⁶“UU No. 5 Tahun 1999,” Database Peraturan | JDIH BPK, accessed December 18, 2025, <http://peraturan.bpk.go.id/Details/45280/uu-no-5-tahun-1999>.

layanan (*leveraging*) sehingga layanan di satu pasar digunakan untuk mengunci pasar lain. Mekanisme-mekanisme ini memperumit analisis market power tradisional karena pasar bisa bersifat multi-sisi dan batas *relevant market* sehingga sulit ditentukan. Kajian internasional menegaskan bahwa karakteristik tersebut membuat identifikasi posisi dominan dan pembuktian penyalahgunaan jauh lebih menantang dibanding pasar tradisional.⁷

Bentuk- Bentuk Penyalahgunaan Posisi Dominan Pada Ekonomi Digital

Berdasarkan praktik global dan literatur, beberapa pola penyalahgunaan yang sering muncul pada platform digital meliputi:⁸

- a. Eksklusivitas dan penguncian (*tying/bundling/self-preferencing*). Platform dominan mengutamakan layanan sendiri (menampilkan layanan afiliasi lebih tinggi dalam ranking atau memaksa penggunaan layanan internal), sehingga pesaing terhambat akses ke pengguna. Hal ini mengurangi pilihan konsumen dan menghambat inovasi. Contoh pada skala internasional adalah tuduhan terhadap praktik *self-preferencing* oleh beberapa penyedia layanan platform.
- b. Syarat perdagangan tidak wajar atau *unfair trading terms*. Platform memberlakukan ketentuan kontrak yang merugikan mitra bisnis (mis. komisi tinggi, pembatasan promosi di luar platform), memanfaatkan posisi tawar yang asimetris terhadap mitra. Ini kerap terjadi dalam ekosistem aplikasi, layanan kirim-antar, dan marketplace.
- c. Eksploitasi data dan diskriminasi berbasis data. Pengelola platform yang mengumpulkan dan memproses data besar dapat menggunakan insight tersebut untuk menargetkan pesaing, menetapkan harga dinamis, atau mengoptimalkan penempatan produk mereka sendiri. Karena konsumen dan pesaing tidak memiliki akses simetris ke data, hal ini menciptakan hambatan kompetitif baru.
- d. Pengkaitan pasar (*leveraging*) dan penghalangan masuk. Perusahaan yang kuasai pasar A menggunakan kelebihan di pasar A untuk memasuki atau menekan pesaing di pasar B (mis. integrasi vertikal/horizontal yang memanfaatkan akses

⁷OECD, *OECD Guidelines on Corporate Governance of State-Owned Enterprises, 2015 Edition* (OECD Publishing, 2015), <https://doi.org/10.1787/9789264244160-en>.

⁸OECD, *OECD Guidelines on Corporate Governance of State-Owned Enterprises, 2015 Edition*.

pelanggan yang sudah ada). Taktik ini menghambat pesaing potensial untuk masuk pasar terkait

Sedangkan dalam praktik penegakan, terdapat beberapa tantangan metodologis dan bukti yang khas pada kasus digital yaitu terkait penentuan pasar relevan yang *multisided* bahwa *platform* sering melayani beberapa sisi (pengguna akhir, penyedia konten, pengiklan). Menentukan ukuran pasar, substitusi lintas sisi yang menjadi rumit sehingga estimasi pangsa pasar dan kekuatan dominasi menjadi kurang pasti. Selanjutnya berkaitan dengan akses ke data dan bukti teknis dimana otoritas persaingan sering bergantung pada yang diserahkan pelaku usaha jika data internal penting tidak tersedia atau sulit diinterpretasi (algoritma, log internal), beban pembuktian jadi berat. Selain itu, analisis algoritma dan AI memerlukan keahlian teknis khusus.

Tantangan berikutnya yaitu terkait kecepatan perubahan pasar. Pasar digital berkembang cepat, sehingga perilaku yang tampak antikompetitif saat ini bisa berubah struktural dalam waktu singkat, ini menimbulkan risiko *over* atau *under enforcement*. Oleh karena itu, pendekatan penegakan harus adaptif dan berbais *evidence*. Berkaitan dengan penguasaan dan eksploitasi data merupakan hal yang menjadi perhatian akademik bahwa Data berfungsi tidak hanya sebagai input operasional tetapi juga sebagai sumber penguatan keunggulan kompetitif: kemampuannya untuk meningkatkan algoritma, mempersonalisasi penawaran, dan mengidentifikasi pola perilaku konsumen menjadikan akses data sebagai hambatan masuk penting. Ketidaksimetrian akses data antara pelaku dominan dan pesaing lain dapat menghasilkan situasi di mana pelaku dominan mampu melakukan diskriminasi berbasis data (penetapan prioritas, penargetan yang menguntungkan produk internal) tanpa harus mengubah parameter harga secara eksplisit. Literatur terbaru menekankan bahwa regulasi persaingan perlu berkoordinasi dengan aturan perlindungan data dan kebijakan akses data untuk memungkinkan investigasi yang efektif terhadap praktik-praktik yang berpotensi antikompetitif.⁹

Dugaan penyalahgunaan posisi dominan dalam ekonomi digital menuntut kerangka analitis yang lebih luas dari sekadar ukuran harga dan pangsa pasar tradisional. Penilaian yang akurat memerlukan pemahaman terhadap arsitektur teknologi platform,

⁹Victoria Fast et al., "Regulation of Data-Driven Market Power in the Digital Economy: Business Value Creation and Competitive Advantages from Big Data," *Journal of Information Technology* 38, no. 2 (2023): 202–29, <https://doi.org/10.1177/02683962221114394>.

pola ekonomi jaringan, serta bukti empiris jangka menengah terhadap efek kompetitifnya. Untuk tujuan penegakan yang efektif, negara-negara perlu menggabungkan penguatan kapasitas institusional, penyusunan pedoman sektoral, dan mekanisme akses bukti teknis agar hakikat dugaan penyalahgunaan dapat diurai dan ditindak sesuai prinsip perlindungan persaingan dan kesejahteraan konsumen.¹⁰

Platform marketplace dengan pangsa pasar besar dan basis pengguna yang luas dapat dianggap memiliki posisi dominan. Penyalahgunaan posisi dominan dapat terjadi jika platform menggunakan kekuatan mereka untuk memberlakukan kebijakan yang merugikan penjual atau menghambat persaingan. Kebijakan yang mewajibkan penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah atau sama dengan platform lain dapat dianggap sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan. Dengan kebijakan tersebut, platform memaksa penjual untuk mengikuti syarat-syarat yang ditetapkan tanpa memberikan ruang bagi negosiasi atau fleksibilitas. Penjual tidak memiliki banyak pilihan, karena ketergantungan mereka pada platform untuk mengakses pasar dan konsumen. Selain itu, platform dapat menggunakan kebijakan ini untuk menghambat pertumbuhan pesaing, dengan memastikan bahwa harga di platform mereka selalu lebih kompetitif, sehingga menarik lebih banyak konsumen dan penjual.¹¹

Penyalahgunaan posisi dominan ini bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. Dalam jangka panjang, dominasi platform tertentu dapat mengurangi persaingan, inovasi, dan pilihan bagi konsumen. Hal ini juga dapat merugikan penjual, terutama yang berskala kecil dan menengah, yang tidak memiliki daya tawar kuat terhadap platform dominan. Berdasarkan analisis terhadap Pasal 5, Pasal 17, dan Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999, kebijakan platform marketplace yang meminta penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah atau sama dengan platform lain berpotensi melanggar ketentuan-ketentuan tersebut. Implikasi hukumnya adalah bahwa platform dapat dikenai sanksi oleh KPPU jika terbukti melakukan pelanggaran.¹² Selain implikasi hukum, terdapat implikasi praktis bagi platform, penjual, dan konsumen. Platform yang terlibat dalam praktik melanggar hukum dapat mengalami kerugian reputasi dan kepercayaan dari penjual dan

¹⁰OECD, *OECD Guidelines on Corporate Governance of State-Owned Enterprises*, 2015 Edition.

¹¹Alexander Kennedy, "Analisis Hukum Persaingan Usaha Platform Marketplace Online Pada Era Ekonomi Digital," *Ethics and Law Journal: Business and Notary* 2, no. 4 (2024).

¹²Kennedy, "Analisis Hukum Persaingan Usaha Platform Marketplace Online Pada Era Ekonomi Digital."

konsumen. Penjual mungkin mencari alternatif platform yang lebih adil dan tidak memberlakukan kebijakan yang merugikan. Konsumen juga dapat terpengaruh jika pilihan produk dan layanan menjadi terbatas akibat penurunan jumlah penjual atau berkurangnya persaingan.

Di Indonesia dalam menangani dugaan penyalahgunaan posisi dominan oleh platform digital masih berkembang. Namun, sejumlah kajian yuridis, termasuk analisis terhadap praktik Google Play Store dan sistem pembayaran platform e-commerce, menunjukkan bahwa instrumen hukum nasional pada dasarnya memadai untuk menindak praktik antipersaingan, asalkan didukung oleh interpretasi progresif dan kapasitas kelembagaan yang memadai. Analisis mengenai Google Play Store, menegaskan bahwa pengaturan akses dan distribusi aplikasi oleh platform dominan dapat memenuhi unsur penyalahgunaan posisi dominan apabila terbukti membatasi kebebasan pelaku usaha lain secara tidak wajar.¹³

Dengan demikian, dugaan penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha dalam ekonomi digital merupakan persoalan hukum persaingan yang kompleks dan multidimensional. Analisis terhadap praktik tersebut tidak dapat dilepaskan dari pemahaman mengenai teknologi, data, dan struktur pasar digital. Penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia perlu terus beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital agar mampu melindungi proses persaingan yang sehat tanpa menghambat inovasi. Dalam konteks ini, peran kajian akademik dan penelitian empiris lokal menjadi sangat penting sebagai dasar pengembangan doktrin dan kebijakan penegakan hukum persaingan usaha yang responsif terhadap tantangan era digital.¹⁴

Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam Penegakan Persaingan Usaha Terhadap Dominasi Pasar Di Era Digital

Perkembangan ekonomi digital telah membawa perubahan fundamental pada struktur pasar dan pola persaingan usaha di Indonesia. Transformasi tersebut memperkenalkan model bisnis berbasis platform digital yang beroperasi pada prinsip

¹³M. Afif Hasbullah, "Perdebatan Definisi dan Kriteria Posisi Dominan dalam Perspektif Regulasi dan Ekonomi," *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, no. 1 (2021): 1, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.4608>.

¹⁴Muhammad Faidhil Iman, "Analisis Hukum Mengenai Penyalahgunaan Posisi Dominan di Pasar Telekomunikasi: Studi Kasus Telkomsel," *Journal of Education Religion Humanities and Multidisciplinary* 2, no. 2 (2024): 1301–11, <https://doi.org/10.57235/jerumi.v2i2.4289>.

jaringan (network effects), di mana pengguna atau konsumen saling terhubung dan interaksinya menciptakan nilai tambah yang semakin besar seiring jumlah partisipan yang meningkat. Di samping itu, penguasaan data dalam skala besar menjadi kunci strategis bagi pelaku usaha digital untuk menentukan harga, preferensi pengguna, serta strategi kompetitif lainnya. Realitas ini menunjukkan bahwa dominasi pasar dalam konteks digital bukan hanya soal pangsa pasar konvensional, tetapi juga soal kontrol terhadap data, teknologi, dan infrastruktur digital yang memungkinkan praktik diskriminatif dan eksklusif terhadap pesaing dan konsumen.

KPPU sebagai lembaga yang berwenang dalam mengawasi pelaksanaan UU No. 5 Tahun 1999 memiliki kewenangan untuk melakukan penyelidikan dan penindakan terhadap praktek-praktek yang melanggar hukum persaingan usaha. Peran KPPU tidak hanya sekedar menindak pelaku usaha yang menyalahgunakan posisi dominan, tetapi juga merumuskan pendekatan penegakan hukum yang relevan dengan karakteristik pasar digital modern. Kajian normatif yang dilakukan Sabirin dan Herfian menggarisbawahi bahwa ekosistem digital telah meningkatkan potensi penyalahgunaan pasar oleh pelaku usaha yang memanfaatkan platform digital, termasuk melalui hubungan eksklusivitas dan diskriminasi harga terhadap pesaing, sehingga menimbulkan kebutuhan akan optimalisasi peran KPPU agar lebih adaptif terhadap tantangan digital tersebut.¹⁵ Jika platform terbukti melanggar, KPPU dapat menjatuhkan sanksi administratif berupa denda, perintah untuk menghentikan praktik yang melanggar, atau tindakan lain yang dianggap perlu untuk memulihkan kondisi persaingan yang sehat.

Dalam konteks Indonesia, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) telah mengidentifikasi ekonomi digital sebagai sektor yang memiliki risiko tinggi terhadap praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Laporan penelitian kebijakan KPPU mengenai sektor ekonomi digital menegaskan bahwa karakteristik pasar digital menuntut pendekatan penegakan hukum yang lebih substantif dan berbasis dampak. KPPU menyoroti bahwa praktik-praktik seperti integrasi vertikal platform, penguncian ekosistem, serta pengendalian sistem pembayaran dapat digunakan oleh pelaku usaha dominan untuk memperluas dan mempertahankan kekuatan pasarnya.

¹⁵Ahmad Sabirin and Raafid Haidar Herfian, "Dampak Ekosistem Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) di Era Ekonomi Digital," *Jurnal Persaingan Usaha* 1, no. 2 (2021): 75–82, <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i.23>.

KPPU menyadari bahwa pendekatan penegakan tradisional yang berbasis pada definisi pasar fisik atau produk tunggal saja tidak memadai untuk menjawab tantangan pasar digital. Oleh karena itu, KPPU telah mengembangkan pendekatan analisis yang lebih kontekstual, termasuk dengan memperkenalkan pedoman baru terkait definisi *relevant market* yang mempertimbangkan karakteristik pasar multi-sisi atau pasar dua sisi yang sering ditemui dalam ekonomi digital. Pendekatan ini penting karena platform digital sering kali beroperasi sebagai perantara bagi dua kelompok pengguna yang berbeda, misalnya pembeli dan penjual dalam e-commerce yang masing-masing dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran secara simultan. Tanpa definisi pasar yang tepat, KPPU akan kesulitan menentukan apakah suatu pelaku usaha memiliki posisi dominan dan apakah telah terjadi penyalahgunaan dominasi tersebut.

Selain itu, KPPU juga aktif melakukan kajian internal dan studi pasar digital untuk memahami struktur dan dinamika persaingan di sektor digital. Studi semacam ini tidak hanya penting untuk membangun basis bukti dalam penegakan hukum, tetapi juga sebagai referensi untuk rekomendasi kebijakan yang lebih luas kepada pemerintah dan pembuat regulasi. Sebagai contoh, KPPU telah menerbitkan studi mengenai struktur pasar e-commerce di Indonesia yang bertujuan untuk menelaah karakter pasar dan potensi tindakan persaingan tidak sehat di sektor tersebut. Hambatan yang dihadapi KPPU tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga teknis. Penanganan kasus dominasi pasar digital sering kali membutuhkan keahlian dalam mengakses dan memahami data besar (*big data*), algoritma, dan mekanisme teknis lainnya yang digunakan oleh platform digital. Keterbatasan kapasitas teknis di tubuh KPPU, seperti kekurangan sumber daya manusia dengan kompetensi data science atau forensik digital, menjadi salah satu tantangan signifikan yang mempengaruhi efektivitas penegakan hukum persaingan usaha dalam konteks digital. Penelitian lain juga menyoroti pentingnya peningkatan kapasitas teknologi dan kolaborasi lintas lembaga sebagai bagian dari reformasi menyeluruh terhadap kerangka hukum persaingan usaha di era digital.¹⁶

Peran KPPU dalam penegakan hukum persaingan usaha terhadap dominasi pasar digital juga terlihat dalam praktik pengawasan terhadap berbagai bentuk persaingan usaha tidak sehat. Sebagai ilustrasi, beberapa studi menunjukkan bahwa KPPU dapat

¹⁶Sri Yulia Safira and Andi Maysarah, *EFEKTIVITAS HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM MENJAGA KEADILAN PASAR DI ERA EKONOMI DIGITAL*, 19 (n.d.).

mencegah praktik monopoli digital yang terjadi antara platform dan pemasok, termasuk dugaan tindakan diskriminasi atau eksploitasi mitra usaha melalui perjanjian yang tidak seimbang atau perilaku predatory pricing yang dirancang untuk mengeliminasi pesaing. Meski demikian, efektivitas penegakan kasus-kasus ini seringkali bergantung pada kemampuan KPPU untuk memperoleh bukti yang relevan, termasuk data digital dari pelaku usaha yang bersangkutan.¹⁷

Di samping tantangan internal, peran KPPU juga terkait dengan kebutuhan sinergi antarregulator. Hal ini penting karena isu dominasi pasar digital kerap bersinggungan dengan sektor perlindungan data pribadi, telekomunikasi, dan teknologi informasi. Tanpa koordinasi yang memadai antara KPPU dan lembaga seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika atau otoritas perlindungan data pribadi, pengawasan kompetisi bisa terfragmentasi dan kurang efektif dalam menangani praktik anti-kompetitif yang bersifat lintas sektor.

Secara keseluruhan, meskipun tantangan yang dihadapi sangat kompleks, peran KPPU tetap penting dalam menjaga iklim persaingan usaha yang sehat di era digital. Dengan pendekatan penegakan yang terus disesuaikan dengan karakter pasar digital serta kolaborasi yang lebih kuat dengan lembaga lain dan pembaruan regulasi yang lebih kontekstual, KPPU diharapkan dapat menjalankan fungsinya secara efektif untuk mencegah dan menindak dominasi pasar yang merugikan persaingan dan konsumen. Peran ini tidak hanya mendukung efisiensi pasar, tetapi juga penting dalam menciptakan peluang yang adil bagi pelaku usaha kecil dan inovator dalam ekosistem digital Indonesia.

KESIMPULAN

Dominasi pasar dalam ekonomi digital menunjukkan karakteristik yang berbeda dari pasar konvensional, terutama karena bertumpu pada penguasaan data, efek jaringan, algoritma, dan integrasi lintas layanan yang memperkuat posisi pelaku usaha tertentu. Kondisi tersebut menimbulkan tantangan serius bagi efektivitas penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia, mengingat kerangka normatif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 belum sepenuhnya dirancang untuk merespons dinamika pasar digital

¹⁷Basri Effendi, "Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Syiah Kuala Law Journal* 4, no. 1 (2020): 21–32, <https://doi.org/10.24815/sklj.v4i1.16228>.

yang bersifat multi-sisi, cepat berubah, dan berbasis teknologi. Praktik-praktik seperti penyalahgunaan posisi dominan, penguncian ekosistem, perjanjian eksklusif, serta diskriminasi berbasis data berpotensi menghambat persaingan yang sehat, merugikan pelaku usaha kecil, dan mengurangi pilihan serta kesejahteraan konsumen apabila tidak ditangani secara tepat.

Dalam konteks tersebut, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) memegang peran sentral sebagai otoritas yang tidak hanya menjalankan fungsi penegakan hukum, tetapi juga mengembangkan pendekatan regulatif dan kebijakan yang adaptif terhadap karakteristik ekonomi digital. Penguatan peran KPPU menuntut pembaruan kerangka hukum persaingan usaha, peningkatan kapasitas kelembagaan dan teknis, serta sinergi lintas sektor dengan regulator lain yang relevan, khususnya di bidang teknologi dan perlindungan data. Dengan pendekatan penegakan hukum yang berbasis dampak, didukung oleh interpretasi progresif dan bukti teknis yang memadai, KPPU diharapkan mampu menjaga keseimbangan antara perlindungan persaingan usaha yang sehat dan dukungan terhadap inovasi dalam ekosistem digital Indonesia yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Database Peraturan | JDIH BPK. "UU No. 5 Tahun 1999." Accessed December 18, 2025. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/45280/uu-no-5-tahun-1999>.
- Effendi, Basri. "Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Syiah Kuala Law Journal* 4, no. 1 (2020) <https://doi.org/10.24815/sklj.v4i1.16228>.
- Fast, Victoria, Daniel Schnurr, and Michael Wohlfarth. "Regulation of Data-Driven Market Power in the Digital Economy: Business Value Creation and Competitive Advantages from Big Data." *Journal of Information Technology* 38, no. 2 (2023): <https://doi.org/10.1177/02683962221114394>.
- Hasbullah, M. Afif. "Perdebatan Definisi dan Kriteria Posisi Dominan dalam Perspektif Regulasi dan Ekonomi." *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, no. 1 (2021): 1. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.4608>.
- Iman, Muhammad Faidhil. "Analisis Hukum Mengenai Penyalahgunaan Posisi Dominan di Pasar Telekomunikasi: Studi Kasus Telkomsel." *Journal of Education Religion Humanities and Multidiciplinary* 2, no. 2 (2024): 1301–11. <https://doi.org/10.57235/jerumi.v2i2.4289>.
- Kennedy, Alexander. "Analisis Hukum Persaingan Usaha Platform Marketplace Online Pada Era Ekonomi Digital." *Ethics and Law Journal: Business and Notary* 2, no. 4 (2024).
- OECD. *OECD Guidelines on Corporate Governance of State-Owned Enterprises, 2015 Edition*. OECD Publishing, 2015. <https://doi.org/10.1787/9789264244160-en>.

- Putra, Aldo Suhartono. *HUKUM PERSAINGAN 4.0: ISSUE BIGDATA, ARTIFICIAL INTELLIGENCE DAN BLOCKCHAIN DALAM KONTEKS HUKUM PERSAINGAN USAHA DI ERA INDUSTRI EKONOMI DIGITAL*. 1 (2021).
- Rahman, Arief. “Perlindungan Hukum Terhadap Persaingan Usaha Yang Adil Dalam Perkembangan E-Commerce Di Indonesia.” *Commerce Law* 5, no. 1 (2025): 32–42.
- Ria Setyawati, Stefan Koos, and Zalfa A.F. Jatmiko. “Data Driven Dominance in Digital Markets: Assessing Indonesian Competition Law in the Digital Age.” *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 12, no. 2 (2024): 264–84. <https://doi.org/10.29303/ius.v12i2.1377>.
- Sabirin, Ahmad, and Raafid Haidar Herfian. “Dampak Ekosistem Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) di Era Ekonomi Digital.” *Jurnal Persaingan Usaha* 1, no. 2 (2021): 75–82. <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i.23>.
- Safira, Sri Yulia, and Andi Maysarah. *EFEKTIVITAS HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM MENJAGA KEADILAN PASAR DI ERA EKONOMI DIGITAL*. 19 (n.d.).
- Taufiqurrohman, Moch. Marsa, Helza Nova Lita, and Gress Gustia Adrian Pah. “Digital Markets and Data Exploitation: Addressing Abuse of Dominance Under Indonesian Competition Law.” *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 25, no. 1 (2025): 1–18. <https://doi.org/10.30641/dejure.2025.V25.1-18>.