

Penyalahgunaan Posisi Dominan oleh Perusahaan Digital *Marketplace* di Indonesia

Ratna Dewi^{1*}, Rendita Andriani², Joflin Gunawan³, Siti Nuri Salamatuddaroen⁴, Jeany Indriarti⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Hukum Universitas Bung Karno

^{1,2,3,4,5} Jl. Pegangsaan Timur No.17A 1, RT.10/RW.1, Pegangsaan,

Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Indonesia

*ratna0097@gmail.com

ABSTRACT

The rapid growth of digital platforms has reshaped competition in Indonesia's marketplace industry. While digitalization promotes efficiency and accessibility, it also raises new challenges concerning market dominance and monopolistic behavior. The abuse of dominant positions by digital marketplace companies such as price manipulation, search result prioritization, and unfair contractual terms toward sellers has triggered concerns about fair competition and consumer protection. This study aims to examine how Indonesian competition law addresses the misuse of dominant positions in the digital marketplace sector. The research applies a normative juridical method by analyzing Law No. 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition, as well as relevant regulations issued by the Indonesian Competition Commission (KPPU), court decisions, and scholarly commentaries. The findings reveal that existing legal provisions have not fully anticipated the complexities of digital market structures, where algorithmic control and data monopolies may restrict fair competition. Moreover, enforcement mechanisms remain reactive rather than preventive. The study concludes that Indonesia requires clearer guidelines defining digital dominance, stronger supervision over platform conduct, and policy synchronization between competition authorities and digital regulators. The originality of this research lies in highlighting the need for adaptive competition law responsive to digital platform dynamics, ensuring balanced market structures and fair business practices.

Keywords: *Dominant Position, Digital Marketplace, Competition Law*

ABSTRAK

Pertumbuhan pesat platform digital telah mengubah pola persaingan usaha di sektor *marketplace* Indonesia. Digitalisasi di satu sisi mendorong efisiensi dan kemudahan akses, namun di sisi lain menimbulkan tantangan baru terkait posisi dominan dan potensi praktik monopoli. Penyalahgunaan posisi dominan oleh perusahaan *marketplace* digital melalui manipulasi harga, pengaturan hasil pencarian, serta penerapan ketentuan kontraktual yang tidak adil terhadap penjual telah menimbulkan kekhawatiran mengenai keadilan persaingan dan perlindungan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana hukum persaingan usaha Indonesia mengatur dan menanggulangi penyalahgunaan posisi

dominan dalam sektor digital *marketplace*. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan menelaah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, peraturan pelaksana dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), putusan pengadilan, serta literatur ilmiah terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketentuan hukum yang ada belum sepenuhnya mengantisipasi kompleksitas struktur pasar digital, di mana kendali algoritmik dan monopoli data dapat membatasi ruang persaingan yang sehat. Selain itu, mekanisme penegakan hukum masih bersifat reaktif dan belum berorientasi pada pencegahan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Indonesia memerlukan pedoman hukum yang lebih jelas mengenai definisi posisi dominan digital, peningkatan pengawasan terhadap perilaku platform, serta sinkronisasi kebijakan antara otoritas persaingan dan regulator digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada urgensi pembentukan hukum persaingan yang adaptif terhadap dinamika platform digital guna menjaga keseimbangan struktur pasar dan praktik usaha yang adi

Kata Kunci: Posisi Dominan, *Marketplace* Digital, Hukum Persaingan Usaha.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah membawa perubahan mendasar dalam struktur ekonomi global, termasuk di Indonesia. Salah satu manifestasi paling signifikan dari transformasi digital tersebut adalah kemunculan dan pertumbuhan pesat perusahaan digital *marketplace*, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada.¹ Platform-platform ini telah mengubah lanskap perdagangan konvensional menjadi sistem ekonomi berbasis platform (*platform-based economy*), di mana interaksi antara penjual dan pembeli dimediasi oleh penyedia layanan digital.² Model bisnis ini menawarkan efisiensi,

jangkauan pasar yang luas, serta kemudahan transaksi yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan melalui mekanisme tradisional. Namun, di balik kemudahan dan inovasi tersebut, muncul persoalan hukum baru yang kompleks, salah satunya adalah penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha digital yang menguasai pasar secara signifikan.

Dalam konteks hukum persaingan usaha, posisi dominan merupakan kondisi di mana suatu pelaku usaha memiliki kekuatan ekonomi yang memungkinkan untuk mengendalikan harga, pasokan, atau akses pasar, sehingga dapat menghambat pelaku usaha lain untuk bersaing secara efektif.³ Dalam industri digital *marketplace*, dominasi tidak hanya diukur dari pangsa pasar secara kuantitatif, tetapi juga dari kendali atas data konsumen, algoritma rekomendasi, dan infrastruktur digital yang

¹ Ria Setyawati and Rayhan Adhi Pradana, "Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Pelaku Usaha Dominan Melalui Penggunaan Algoritma Harga," *UIR Law Review* 6, no. 2 (February 2023): 103–20, [https://doi.org/10.25299/uirlrev.2022.vol6\(2\).11750](https://doi.org/10.25299/uirlrev.2022.vol6(2).11750).

² Sagdiyah Fitri Andani Tambunan Agung and Muhammad Irwan Padli Nasution, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Di E-Commerce," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 2, no. 1 (July 2023): 5–7, <https://doi.org/10.47233/jemb.v2i1.915>.

³ M. Raihan Mappuji and Lingga Wisnu Wardana, "Fintech Competition Compliance: Analisis Pelaku Usaha Fintech dalam Menjalankan Program Kepatuhan Persaingan Usaha KPPU," *Jurnal Studia Legalia* 4, no. 01 (May 2023): 43–59, <https://doi.org/10.61084/jsl.v4i01.64>.

bersifat eksklusif. Ketika kekuatan ini disalahgunakan, misalnya melalui pengaturan prioritas pencarian, manipulasi visibilitas produk, atau penerapan biaya layanan yang diskriminatif, maka hal tersebut berpotensi menciptakan ketimpangan persaingan dan merugikan pelaku usaha kecil yang bergantung pada platform.

Kajian teori menunjukkan bahwa fenomena digital dominance memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan monopoli konvensional. Menurut Jean Tirole (2017), kekuatan pasar digital terbentuk bukan semata karena penguasaan fisik atas sumber daya, melainkan melalui *network effects*, data control, dan *algorithmic power* yang menghasilkan bentuk dominasi baru.⁴ Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah mengatur larangan penyalahgunaan posisi dominan, namun norma tersebut masih dirancang untuk konteks industri konvensional dan belum sepenuhnya mengantisipasi kompleksitas pasar digital.⁵ Hal ini menimbulkan tantangan dalam implementasi hukum, terutama bagi Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang harus menyesuaikan pendekatan penegakan hukum dengan dinamika ekonomi digital.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengulas aspek persaingan usaha di sektor digital, namun umumnya berfokus pada isu monopoli harga atau penggabungan usaha (*merger control*). Masih sangat terbatas kajian yang secara spesifik menelaah penyalahgunaan

posisi dominan oleh perusahaan digital marketplace, terutama dalam konteks hukum Indonesia yang berinteraksi. Selain itu, kebanyakan studi bersifat deskriptif dan belum memberikan analisis normatif yang mendalam mengenai bagaimana seharusnya hukum persaingan dikembangkan untuk menyesuaikan diri dengan mekanisme ekonomi berbasis algoritma dan data.⁶

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara normatif penyalahgunaan posisi dominan oleh perusahaan digital marketplace di Indonesia dalam kerangka hukum persaingan usaha. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk penyalahgunaan yang muncul dalam praktik, mengkaji kecukupan norma yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan peraturan pelaksanaannya, serta menilai efektivitas peran KPPU dalam menegakkan prinsip persaingan yang sehat di sektor digital.

Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada analisis komprehensif terhadap penyalahgunaan posisi dominan di ranah digital marketplace dengan perspektif hukum normatif yang berorientasi pada reformasi kebijakan persaingan usaha digital di Indonesia. Jika studi sebelumnya cenderung berfokus pada teori monopoli klasik, penelitian ini mengintegrasikan aspek data monopoly dan algorithmic manipulation sebagai bentuk baru dominasi ekonomi digital. Penelitian ini juga menawarkan model konseptual berupa “Kerangka Hukum Persaingan Adaptif (*Adaptive Competition Law Framework*)”, yang menekankan perlunya pembaruan regulasi dan pedoman KPPU agar

⁴ Devinta Alya Maharani et al., *STRATEGI PERSAINGAN DI PASAR OLIGOPOLI*, 2, no. 1 (2024).

⁵ Yohanie Mareta, Jennifer Putri Tumangkeng, and Dave David Tedjokusumo, “HARMONISASI HUKUM PERSAINGAN USAHA DI KAWASAN ASIA TENGGARA: PEMULIHAN PEREKONOMIAN PASCA PANDEMI COVID 19,” *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* 8, no. 6 (2024).

⁶ Ria Setyawati and Rayhan Adhi Pradana, “Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Pelaku Usaha Dominan Melalui Penggunaan Algoritma Harga.”

lebih responsif terhadap karakteristik pasar digital.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menggambarkan kondisi penyalahgunaan posisi dominan dalam marketplace digital, tetapi juga untuk memberikan rekomendasi normatif dan kebijakan konkret bagi penguatan hukum persaingan usaha di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik dalam bidang hukum persaingan digital, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi pembuat kebijakan, regulator, dan pelaku usaha dalam mewujudkan ekosistem ekonomi digital yang adil, terbuka, dan berdaya saing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan konseptual dan perundang-undangan (*statute approach*).⁷ Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada kajian terhadap norma-norma hukum positif yang mengatur larangan penyalahgunaan posisi dominan dalam sektor digital *marketplace* di Indonesia. Pendekatan konseptual digunakan untuk menjelaskan secara teoritis konsep posisi dominan, penyalahgunaan kekuasaan pasar, dan prinsip persaingan usaha yang sehat dalam konteks ekonomi digital. Sementara pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah ketentuan hukum yang berlaku, khususnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, beserta peraturan pelaksana yang diterbitkan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), serta regulasi terkait perdagangan elektronik seperti

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, yang berarti tidak hanya menggambarkan norma hukum yang ada, tetapi juga melakukan analisis kritis terhadap efektivitas penerapan ketentuan hukum dalam konteks ekonomi digital.⁸ Fokusnya terletak pada bagaimana aturan hukum persaingan usaha diterapkan untuk mengatasi bentuk-bentuk penyalahgunaan posisi dominan yang dilakukan oleh perusahaan *marketplace* digital, seperti pengaturan algoritma, pembatasan akses pasar, serta kebijakan platform yang bersifat diskriminatif terhadap penjual atau konsumen tertentu.

Sumber bahan hukum dalam penelitian ini terdiri atas tiga kelompok. Pertama, bahan hukum primer, meliputi peraturan perundang-undangan, pedoman pelaksanaan, serta putusan KPPU yang berkaitan dengan praktik penyalahgunaan posisi dominan. Kedua, bahan hukum sekunder, yang meliputi buku-buku hukum, jurnal akademik, hasil penelitian, dan laporan lembaga internasional seperti OECD dan Asia-Pacific Competition Commission Network yang membahas isu regulasi persaingan di sektor digital. Ketiga, bahan hukum tersier, berupa kamus hukum, ensiklopedia, serta sumber pendukung lain yang menjelaskan istilah atau konsep hukum yang digunakan dalam analisis.⁹

Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan menelaah literatur dan dokumen hukum yang relevan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan

⁷ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014).

⁸ Geofani Milthree Saragih, "Tinjauan Yuridis Terhadap Tindak Lanjut Putusan Mahkamah Konstitusi Oleh Lembaga Negara Di Indonesia" (Skripsi, Universitas Riau, 2022).

⁹ Geofani Milthree Saragih, "Pancasila Sebagai Landasan Filosofis Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia," *Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan* 2, no. 1 (2022).

metode interpretasi hukum (*legal interpretation*) dan argumentasi hukum (*legal reasoning*).¹⁰ Analisis dilakukan dengan menafsirkan ketentuan hukum positif serta menghubungkannya dengan teori market power dan digital competition law untuk menilai sejauh mana pengaturan hukum di Indonesia telah mampu menjawab tantangan penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha digital. Hasil analisis kemudian disusun secara sistematis guna memberikan gambaran yang komprehensif tentang efektivitas hukum persaingan usaha nasional dalam menghadapi dinamika pasar digital, sekaligus memberikan rekomendasi normatif bagi pembaruan kebijakan hukum yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan ekonomi berbasis teknologi.

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A. Konsep dan Karakteristik Posisi Dominan dalam Hukum Persaingan Usaha

Posisi dominan merupakan konsep fundamental dalam hukum persaingan usaha yang berfungsi untuk menjaga keseimbangan pasar agar tidak terjadi praktik monopoli dan distorsi kompetisi.¹¹ Dalam konteks hukum Indonesia, istilah ini diatur secara eksplisit dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, khususnya pada Pasal 1 angka 4 yang mendefinisikan posisi dominan sebagai keadaan di mana pelaku usaha tidak memiliki pesaing yang berarti di pasar bersangkutan atau memiliki posisi tertinggi dibandingkan pesaingnya dalam kaitannya dengan kemampuan keuangan, akses terhadap

pasokan, atau kemampuan untuk menyesuaikan pasokan dan permintaan barang atau jasa tertentu.¹² Secara normatif, keberadaan posisi dominan tidak serta merta dilarang, namun menjadi masalah hukum ketika kekuasaan pasar tersebut disalahgunakan untuk menyingkirkan pesaing, membatasi persaingan, atau merugikan konsumen. Dengan demikian, posisi dominan merupakan kondisi ekonomi yang netral secara hukum, tetapi dapat menjadi objek pelanggaran apabila disertai dengan perilaku anti-persaingan.

Dalam praktiknya, penguasaan pasar atau posisi dominan dapat terbentuk melalui berbagai cara, baik secara alami akibat keunggulan kompetitif (*natural monopoly*), maupun melalui strategi bisnis tertentu seperti integrasi vertikal, penggabungan usaha (*merger and acquisition*), atau penguasaan terhadap faktor produksi yang strategis.¹³ Kriteria penentuan posisi dominan dalam hukum Indonesia dapat dilihat pada Pasal 25 ayat (2) UU No. 5 Tahun 1999, yang menetapkan bahwa pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha dianggap memiliki posisi dominan apabila menguasai 50% atau lebih pangsa pasar, atau apabila dua atau tiga pelaku usaha bersama-sama menguasai 75% atau lebih pangsa pasar suatu jenis barang atau jasa tertentu. Namun, pendekatan berbasis pangsa pasar tersebut memiliki keterbatasan dalam konteks ekonomi digital, karena kekuasaan pasar modern sering kali tidak dapat diukur semata-mata berdasarkan besaran volume penjualan, melainkan juga pada kendali terhadap data, teknologi, dan jaringan pengguna

¹⁰ Amiruddin and Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Press, 2012).

¹¹ Devina Tanzil and Kristianto P.H. Silalahi, "PELINDUNGAN DATA PRIBADI DALAM ANALISIS PENYALAHGUNAAN POSISI DOMINAN BERDASARKAN HUKUM PERSAINGAN USAHA," *Gloria Justitia* 2, no. 1 (June 2022): 1–18, <https://doi.org/10.25170/gloriajustitia.v2i1.3359>.

¹² M. Raihan Mappuji and Lingga Wisnu Wardana, "Fintech Competition Compliance."

¹³ Rafael Bitencourt Carvalhaes and Fernando Gama De Miranda Netto, "Questioning Our Faith in the Judiciary: From Institutional Entrenchment to the Monopoly of Constitution," *Revista de Investigações Constitucionais* 9, no. 2 (November 2022): 347, <https://doi.org/10.5380/rinc.v9i2.86725>.

(*network effect*) yang menjadi faktor utama dalam pembentukan dominasi di pasar digital.¹⁴

Dalam literatur ekonomi dan hukum persaingan internasional, posisi dominan dikaitkan erat dengan teori kekuasaan pasar (*market power theory*), yaitu kemampuan suatu pelaku usaha untuk mempengaruhi harga, output, atau kondisi pasar tanpa harus mempertimbangkan reaksi dari pesaingnya. Dalam konteks perusahaan digital marketplace, kekuasaan pasar ini muncul bukan karena penguasaan aset fisik, melainkan karena kemampuan platform mengendalikan algoritma pencarian dan preferensi konsumen. Melalui sistem algoritmik yang dirancang secara internal, perusahaan marketplace dapat menentukan produk mana yang lebih terlihat oleh konsumen dan produk mana yang cenderung tersembunyi. Fenomena ini menghasilkan bentuk baru dari dominasi pasar yang tidak bersifat konvensional, tetapi berbasis pada kendali terhadap informasi dan perilaku konsumen. Dominasi seperti ini sering disebut dengan istilah *algorithmic dominance*, yang merupakan salah satu karakteristik utama ekonomi digital modern.

Karakteristik lain dari posisi dominan di sektor digital adalah keberadaan efek jejaring (*network effect*), di mana semakin banyak pengguna yang bergabung dalam suatu platform, semakin besar pula nilai dan ketergantungan terhadap platform tersebut. Hal ini menciptakan hambatan masuk pasar (*barriers to entry*) bagi pesaing baru, karena untuk dapat menyaingi pelaku usaha dominan diperlukan sumber daya, data, dan teknologi yang sangat besar.¹⁵ Kondisi

¹⁴ Fitriani Wijaya Putri and Andriani Samsuri, "PERAN FINTECH SYARIAH DALAM MENDORONG INVESTASI BERBASIS ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE) DI PASAR MODAL SYARIAH DIGITAL," *JURNAL LABATILA* 4, no. 01 (2025).

¹⁵ Akhmad Farhan Nazhari and Naufal Irkham, "Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing dan Penyalahgunaan

tersebut menjadikan pelaku usaha dominan mampu menetapkan aturan permainan (*rule setter*) di pasar, menentukan standar harga, bahkan mengendalikan perilaku pelaku usaha lain yang bergantung pada platformnya. Dalam jangka panjang, situasi ini dapat menimbulkan ekosistem pasar yang oligopolistik atau bahkan monopsonistik, di mana pelaku usaha dominan memiliki kekuasaan besar untuk menentukan arah dan struktur kompetisi.

Dari perspektif hukum, penentuan posisi dominan juga tidak dapat dilepaskan dari analisis pasar bersangkutan (*relevant market analysis*), yang meliputi penentuan pasar produk dan pasar geografis. Dalam praktik KPPU maupun otoritas persaingan internasional seperti *European Commission* dan *Federal Trade Commission* (FTC), analisis ini menjadi tahap awal untuk menentukan apakah suatu pelaku usaha benar-benar memiliki kekuasaan dominan di pasar tertentu. Dalam konteks digital marketplace, penentuan pasar bersangkutan menjadi semakin kompleks karena batas antara pasar fisik dan pasar digital kian kabur. Misalnya, Shopee dan Tokopedia mungkin beroperasi di pasar yang sama secara umum, tetapi memiliki perbedaan signifikan dalam segmentasi pengguna, jenis produk, serta strategi monetisasi. Oleh karena itu, penguasaan pasar dalam ekonomi digital tidak hanya bergantung pada faktor pangsa pasar tradisional, tetapi juga pada kontrol terhadap data pengguna, infrastruktur teknologi, dan kemampuan adaptasi algoritmik.

Selain itu, hukum persaingan modern mengakui bahwa dominasi pasar tidak selalu bersifat negatif apabila digunakan secara efisien untuk meningkatkan inovasi dan pelayanan.

Posisi Dominan dalam Industri E-commerce," *Jurnal Persaingan Usaha* 3, no. 1 (July 2023): 19–31, <https://doi.org/10.55869/kppu.v3i1.85>.

Dalam teori *Schumpeterian Competition*, kekuasaan pasar yang sementara dapat mendorong pelaku usaha untuk berinovasi demi mempertahankan keunggulan kompetitifnya.¹⁶ Namun demikian, dalam praktik, dominasi yang tidak diimbangi dengan pengawasan yang ketat dapat berujung pada penyalahgunaan kekuasaan ekonomi (*abuse of market power*), misalnya dengan menyingkirkan pesaing melalui kebijakan diskriminatif atau penggunaan data internal untuk merugikan pihak ketiga. Oleh karena itu, hukum persaingan perlu menjaga keseimbangan antara perlindungan terhadap inovasi dan pencegahan terhadap penyalahgunaan kekuasaan.

Dapat disimpulkan bahwa posisi dominan dalam hukum persaingan usaha memiliki dua dimensi utama, yaitu dimensi struktural, yang menunjukkan seberapa besar kekuasaan pelaku usaha dalam mengendalikan pasar, dan dimensi perilaku, yang menilai bagaimana kekuasaan tersebut digunakan. Dalam konteks digital marketplace di Indonesia, kedua dimensi ini harus dipahami secara simultan, karena pelaku usaha yang memiliki keunggulan teknologi dan data dapat dengan mudah mengubah dominasi struktural menjadi perilaku anti-persaingan. Oleh sebab itu, hukum persaingan Indonesia perlu memperluas paradigma tradisionalnya yang berorientasi pada pangsa pasar menuju pendekatan yang lebih dinamis, yang memperhitungkan peran algoritma, data, dan platform intermediasi sebagai sumber kekuasaan pasar baru dalam era ekonomi digital.

¹⁶ Setyo Tri Wahyudi, Rihana Sofie Nabella, and Kartika Sari, "Measuring the Competition and Banking Efficiency Level: A Study at Four Commercial Banks in Indonesia," *Banks and Bank Systems* 16, no. 1 (January 2021): 17–26, [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(1\).2021.02](https://doi.org/10.21511/bbs.16(1).2021.02).

B. Bentuk dan Praktik Penyalahgunaan Posisi Dominan oleh Perusahaan Digital Marketplace

Penyalahgunaan posisi dominan merupakan salah satu bentuk pelanggaran yang paling serius dalam hukum persaingan usaha, karena tindakan tersebut dapat menghambat dinamika pasar dan merugikan pelaku usaha lain maupun konsumen.¹⁷ Dalam konteks digital marketplace di Indonesia, penyalahgunaan posisi dominan terjadi ketika pelaku usaha yang memiliki kekuasaan pasar signifikan menggunakan posisinya untuk menekan pesaing, mengontrol perilaku mitra usaha, atau memanipulasi kondisi pasar demi keuntungan sendiri. Berdasarkan Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, bentuk penyalahgunaan posisi dominan antara lain meliputi: menetapkan syarat perdagangan yang tidak wajar, membatasi pasar dan teknologi, menghambat pesaing untuk masuk pasar, serta menguasai produksi atau distribusi yang berlebihan. Namun, perkembangan ekonomi digital menimbulkan variasi baru dari bentuk penyalahgunaan yang lebih kompleks dan tidak mudah terdeteksi karena dilakukan melalui sistem algoritma dan penguasaan data.¹⁸

Salah satu bentuk utama penyalahgunaan posisi dominan di sektor digital marketplace adalah manipulasi algoritma dan preferensi penelusuran produk. Platform digital yang menguasai pasar memiliki kemampuan untuk mengatur visibilitas produk berdasarkan kepentingan komersial internal, bukan semata-mata berdasarkan relevansi atau

¹⁷ Deanne Destriani Firmansyah Putri and Muhammad Helmi Fahrozi, "UPAYA PENCEGAHAN KEBOCORAN DATA KONSUMEN MELALUI PENGESAHAN RUU PERLINDUNGAN DATA PRIBADI (STUDI KASUS E-COMMERCE BHINNEKA.COM)," *Borneo Law Review* 5, no. 1 (July 2021): 46–68, <https://doi.org/10.35334/bolrev.v5i1.2014>.

¹⁸ Merva Putri Salvia and Luh Putu Yeyen Karista Putri, "Konstitusionalitas Eksekusi Jaminan Fidusia dalam Kerangka Perlindungan Hak Konsumen," *Jurnal Konstitusi* 21, no. 2 (2024).

kualitas produk.¹⁹ Praktik ini dikenal sebagai self-preferencing, di mana perusahaan marketplace memprioritaskan produk miliknya sendiri atau produk mitra eksklusif dalam hasil pencarian, sehingga mengurangi kesempatan bagi penjual independen untuk bersaing secara adil. Fenomena serupa pernah menjadi sorotan global, misalnya dalam kasus *European Commission vs. Google Shopping*, di mana perusahaan didenda karena menempatkan layanan komersialnya sendiri di peringkat teratas hasil pencarian.²⁰ Dalam konteks Indonesia, meskipun belum terdapat kasus besar yang diadili oleh KPPU, indikasi praktik serupa dapat diamati dari kebijakan algoritmik yang tidak transparan serta sistem promosi berbayar yang cenderung menguntungkan pelaku usaha besar.

Selain manipulasi algoritmik, bentuk penyalahgunaan lainnya adalah penerapan biaya layanan dan kebijakan platform yang diskriminatif. Banyak perusahaan marketplace menerapkan skema biaya atau komisi yang berbeda bagi penjual, tergantung pada status mitra atau volume transaksi. Dalam praktiknya, penjual kecil sering kali dikenakan komisi lebih tinggi atau dibatasi dalam menggunakan fitur promosi, sementara mitra eksklusif mendapatkan perlakuan istimewa, termasuk prioritas dalam sistem rekomendasi. Hal ini menimbulkan ketidakseimbangan struktural yang secara ekonomis memperkuat dominasi perusahaan besar dan menekan pelaku usaha kecil untuk tunduk pada kebijakan platform. Bentuk diskriminasi semacam ini dapat dikategorikan sebagai *abuse of relative dominance*, yaitu penyalahgunaan posisi dominan terhadap pihak yang bergantung secara ekonomi pada pelaku usaha dominan.

¹⁹ Milenisha Andani, Karol Teovani Lodan, and Etika Khairina, "Analisis Penerapan Asas-asas Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Di Indonesia," *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (SNISTEK)* 6 (2024).

²⁰ <https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.39740>

Bentuk lain dari penyalahgunaan posisi dominan adalah pengendalian data pengguna dan informasi pasar secara eksklusif (*data monopoly*). Dalam ekonomi digital, data merupakan sumber daya utama yang menentukan daya saing. Perusahaan marketplace besar memiliki akses terhadap data transaksi, preferensi konsumen, serta perilaku pasar yang luas. Akses ini memungkinkan mereka untuk memprediksi tren pasar, meniru produk yang populer, dan memanfaatkan informasi tersebut untuk menyingkirkan pesaing. Ketika pelaku usaha dominan menggunakan data tersebut untuk memasarkan produk sendiri dengan harga lebih murah atau melakukan strategi *predatory pricing*, maka praktik tersebut dapat merusak struktur pasar dan menghambat inovasi. Di sisi lain, pelaku usaha kecil tidak memiliki kemampuan serupa karena keterbatasan akses terhadap data yang dikuasai oleh platform, sehingga ketimpangan persaingan semakin lebar.

Strategi eksklusivitas kontraktual (*exclusive dealing*) juga menjadi salah satu bentuk penyalahgunaan posisi dominan yang sering ditemukan. Dalam praktiknya, perusahaan marketplace dapat memaksa penjual atau mitra logistik untuk menandatangani perjanjian eksklusif yang melarang mereka menggunakan platform pesaing. Ketentuan semacam ini jelas melanggar prinsip *fair competition* karena menutup akses pasar bagi platform lain dan memperkuat posisi dominan pelaku usaha. Bentuk penyalahgunaan ini semakin sulit diidentifikasi dalam konteks digital karena dilakukan melalui mekanisme kontraktual yang terselubung dalam syarat dan ketentuan layanan (*terms and conditions*) yang bersifat sepihak. Dalam situasi seperti ini, pelaku usaha kecil sering kali tidak memiliki posisi tawar untuk menolak perjanjian tersebut karena ketergantungan ekonomi terhadap platform utama.

Selain itu, terdapat pula bentuk penyalahgunaan yang lebih halus, seperti strategi bundling dan cross-subsidization, di mana perusahaan marketplace menggunakan kekuatannya di satu sektor untuk mendominasi sektor lain. Misalnya, perusahaan dapat memanfaatkan data dan pengguna dari layanan keuangan digital (*e-wallet*) untuk memperluas dominasi di layanan *e-commerce*, atau sebaliknya.²¹ Praktik ini menciptakan efek penguncian (*lock-in effect*) bagi konsumen dan pelaku usaha, sehingga mereka sulit beralih ke platform lain. Akibatnya, persaingan menjadi semakin tertutup dan konsentrasi pasar semakin tinggi pada satu atau dua pemain besar.

Fenomena penyalahgunaan posisi dominan oleh perusahaan digital marketplace menunjukkan bahwa struktur hukum persaingan di Indonesia masih berorientasi pada paradigma ekonomi konvensional. Mekanisme penegakan hukum KPPU cenderung masih menggunakan ukuran-ukuran kuantitatif seperti pangsa pasar dan volume transaksi, sementara bentuk dominasi digital sering kali bersifat kualitatif, seperti penguasaan terhadap sistem teknologi dan algoritma. Oleh karena itu, diperlukan reinterpretasi terhadap konsep posisi dominan agar mampu menjangkau perilaku pelaku usaha digital yang kompleks. Pendekatan baru yang dikenal sebagai digital competition framework perlu diterapkan untuk memperkuat deteksi dan penegakan hukum terhadap penyalahgunaan posisi dominan di sektor ekonomi berbasis data.

Dengan memahami berbagai bentuk dan praktik penyalahgunaan posisi dominan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dominasi perusahaan marketplace digital tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga struktural dan sistemik. Perilaku seperti manipulasi algoritma, diskriminasi biaya layanan,

dan monopoli data secara nyata menciptakan hambatan persaingan serta mengancam keadilan pasar. Oleh sebab itu, pembaruan kebijakan hukum persaingan usaha menjadi kebutuhan mendesak untuk menjamin bahwa perkembangan ekonomi digital tetap sejalan dengan prinsip keadilan, keterbukaan, dan keseimbangan pasar sebagaimana diamanatkan oleh hukum persaingan usaha nasional.

C. Penguatan Regulasi dan Strategi Penegakan Hukum Persaingan di Era Digital

Transformasi ekonomi menuju era digital menuntut adanya penyesuaian yang signifikan dalam sistem hukum persaingan usaha di Indonesia. Regulasi yang lahir pada akhir 1990-an, seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, disusun berdasarkan paradigma ekonomi konvensional yang berorientasi pada pasar fisik dan transaksi langsung. Padahal, struktur pasar digital memiliki karakteristik yang sangat berbeda: bersifat multi-sided, berbasis data, serta ditopang oleh algoritma dan teknologi kecerdasan buatan yang menentukan perilaku konsumen maupun pelaku usaha. Oleh karena itu, penguatan regulasi dan strategi penegakan hukum persaingan usaha di era digital menjadi kebutuhan mendesak untuk menjamin agar dinamika pasar tetap berjalan secara sehat, adil, dan transparan.

Salah satu aspek mendasar dalam penguatan regulasi adalah perlunya reformulasi konsep posisi dominan dan penyalahgunaannya dalam konteks digital. Ukuran tradisional yang hanya didasarkan pada pangsa pasar atau penguasaan produksi tidak lagi relevan untuk mengidentifikasi dominasi platform digital. Kekuatan pasar di era digital justru sering bersumber dari control of data, network effects, dan algorithmic power. Oleh karena itu, undang-undang dan pedoman pelaksanaan KPPU

²¹ Robintan Sulaiman, *Cyber Crimes: Perspektif E-Commerce Crime* (Jakarta: Pusat Bisnis Fakultas Hukum: Universitas Pelita Harapan, 2002).

perlu memperluas kriteria posisi dominan dengan memasukkan elemen-elemen seperti penguasaan data pengguna, pengendalian algoritma pencarian dan rekomendasi, serta tingkat ketergantungan pelaku usaha kecil terhadap platform digital. Pembaruan definisi ini akan memberikan dasar normatif yang lebih kuat bagi otoritas persaingan untuk mendeteksi dan membuktikan penyalahgunaan dominasi dalam konteks digital marketplace.

Selain reformulasi konseptual, penguatan regulasi juga perlu diwujudkan melalui penyusunan peraturan pelaksana yang spesifik untuk sektor ekonomi digital. KPPU dapat mengadopsi model yang telah diterapkan oleh Uni Eropa melalui Digital Markets Act (DMA) dan Digital Services Act (DSA), yang memberikan kerangka hukum khusus bagi pelaku usaha besar yang dikategorikan sebagai gatekeeper platforms. Dalam regulasi tersebut, perusahaan dominan diwajibkan untuk menjaga transparansi algoritma, membuka akses data bagi pihak ketiga, dan dilarang melakukan self-preferencing. Pendekatan serupa dapat diadaptasi di Indonesia, dengan tetap memperhatikan kondisi pasar nasional dan tingkat kesiapan infrastruktur hukum. Regulasi yang spesifik terhadap platform digital juga akan memberikan kepastian hukum yang lebih tinggi bagi pelaku usaha serta mencegah tumpang tindih antara KPPU, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Dalam konteks penegakan hukum (law enforcement), KPPU perlu mengembangkan strategi yang lebih adaptif terhadap karakter pasar digital. Penegakan hukum di sektor digital tidak dapat mengandalkan pendekatan reaktif seperti penyelidikan setelah terjadinya pelanggaran, melainkan harus bersifat preventif dan proaktif. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah penguatan digital market monitoring system, yakni

sistem pemantauan otomatis berbasis teknologi data analytics yang memungkinkan KPPU mendeteksi indikasi perilaku anti-persaingan secara real-time melalui analisis data transaksi, algoritma penawaran, dan struktur harga di platform digital. Pendekatan ini akan membantu KPPU dalam mengidentifikasi praktik-praktik seperti algorithmic collusion atau price discrimination yang sulit dideteksi melalui mekanisme tradisional.

Selain itu, KPPU juga perlu memperluas kapasitas kelembagaannya melalui kolaborasi lintas sektor dan internasional. Mengingat sifat lintas batas dari platform digital, kerja sama antara KPPU dengan otoritas persaingan di negara lain seperti Competition and Consumer Commission of Singapore (CCCS), Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), dan European Commission Directorate-General for Competition menjadi sangat penting. Kolaborasi ini tidak hanya untuk berbagi data dan pengalaman, tetapi juga untuk menyusun pedoman regional dalam mengawasi perilaku pelaku usaha digital lintas negara. Di tingkat nasional, sinergi antara KPPU, Kominfo, dan OJK dapat memperkuat mekanisme pengawasan terhadap perusahaan marketplace yang terintegrasi dengan layanan keuangan digital atau logistik, sehingga tercipta koordinasi kebijakan yang efektif dan tidak tumpang tindih.

Penguatan regulasi juga harus diiringi dengan peningkatan literasi hukum digital bagi pelaku usaha dan masyarakat. Kesadaran terhadap pentingnya persaingan sehat dan perlindungan data masih relatif rendah, terutama di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sangat bergantung pada marketplace besar. KPPU dan lembaga terkait dapat berperan aktif dalam memberikan sosialisasi, pelatihan, dan panduan kepatuhan (compliance guidelines) agar pelaku usaha memahami hak dan kewajiban mereka dalam ekosistem digital. Dengan meningkatnya kesadaran

hukum, diharapkan pelaku usaha tidak hanya menjadi subjek regulasi, tetapi juga mitra dalam mewujudkan pasar digital yang kompetitif dan berkeadilan.

Dalam jangka panjang, strategi penguatan hukum persaingan digital perlu diarahkan pada pembentukan kerangka hukum adaptif (*adaptive competition law framework*) yang mampu menyeimbangkan antara inovasi dan keadilan pasar. Hukum persaingan tidak boleh menjadi hambatan bagi inovasi teknologi, tetapi juga tidak boleh membiarkan kekuasaan pasar terakumulasi tanpa batas. Oleh karena itu, pendekatan yang bersifat hibrida — menggabungkan pengawasan berbasis perilaku (*behavioral regulation*) dan struktur pasar (*structural regulation*) — menjadi penting untuk diterapkan. Pendekatan ini memungkinkan otoritas hukum tidak hanya bereaksi terhadap pelanggaran, tetapi juga secara aktif membentuk struktur pasar yang kompetitif dan inovatif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penguatan regulasi dan strategi penegakan hukum persaingan di era digital bukan sekadar pembaruan normatif, melainkan transformasi paradigma hukum menuju sistem yang lebih responsif, transparan, dan berorientasi pada keadilan ekonomi. Reformasi hukum ini harus memastikan bahwa perkembangan teknologi digital tetap berada dalam koridor persaingan sehat, di mana inovasi tidak dimonopoli oleh segelintir pemain besar, melainkan menjadi instrumen kemajuan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan struktur pasar baru yang sangat dipengaruhi oleh kekuatan teknologi, data, dan algoritma. Dalam konteks Indonesia, perusahaan digital marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada memegang

peran penting sebagai penggerak utama perdagangan elektronik, namun sekaligus menghadirkan tantangan serius terhadap prinsip persaingan usaha yang sehat. Berdasarkan analisis hukum normatif terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta peraturan pelaksanaannya, dapat disimpulkan bahwa penyalahgunaan posisi dominan oleh perusahaan marketplace digital merupakan bentuk pelanggaran yang muncul akibat ketimpangan struktural antara pelaku usaha besar dan pelaku usaha kecil yang bergantung pada platform. Bentuk penyalahgunaan posisi dominan dalam konteks digital antara lain meliputi manipulasi algoritma (*self-preferencing*), penerapan biaya layanan yang diskriminatif, pengendalian data pengguna secara eksklusif (*data monopoly*), dan kontrak eksklusivitas yang membatasi pelaku usaha lain. Praktik-praktik tersebut secara nyata menghambat persaingan, menekan inovasi, dan berpotensi menimbulkan ketidakadilan pasar. Di sisi lain, kerangka hukum Indonesia saat ini masih berorientasi pada paradigma konvensional yang menilai dominasi berdasarkan pangsa pasar, bukan berdasarkan kendali terhadap data dan teknologi yang menjadi sumber kekuasaan utama dalam ekonomi digital. Dengan demikian, hukum persaingan usaha nasional perlu diarahkan menuju pendekatan yang lebih adaptif terhadap dinamika digital. Penguatan hukum harus meliputi reformulasi konsep posisi dominan yang mempertimbangkan aspek *data control*, *network effect*, dan *algorithmic power*. Selain itu, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) perlu memperkuat fungsi pengawasannya melalui pengembangan sistem pemantauan digital (*digital market monitoring system*) dan

peningkatan kapasitas teknis aparat penegak hukum agar mampu memahami serta menindak pelanggaran yang berbasis teknologi.

SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk memperkuat efektivitas hukum persaingan usaha dalam menghadapi tantangan penyalahgunaan posisi dominan di era digital. Pertama, pemerintah bersama Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) perlu melakukan reformulasi terhadap konsep posisi dominan dalam regulasi nasional. Penguasaan pasar pada era digital tidak lagi semata-mata ditentukan oleh besaran pangsa pasar, melainkan juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengendalikan data, algoritma, serta efek jejaring yang menciptakan ketergantungan sistemik. Oleh karena itu, pembaruan konsep hukum ini menjadi penting agar kerangka normatif hukum persaingan Indonesia dapat menjangkau bentuk dominasi modern yang lebih halus dan berbasis teknologi. Kedua, KPPU perlu menyusun pedoman teknis khusus mengenai persaingan usaha digital, dengan mencontoh praktik terbaik dari yurisdiksi internasional seperti Uni Eropa melalui Digital Markets Act (DMA). Pedoman ini harus mencakup larangan terhadap praktik self-preferencing, penggunaan data eksklusif untuk merugikan pesaing, serta kewajiban transparansi algoritma bagi platform dominan. Regulasi yang lebih spesifik akan menciptakan kepastian hukum bagi pelaku usaha dan memperkuat posisi otoritas pengawas dalam menegakkan prinsip fair competition. Ketiga, diperlukan penguatan kelembagaan KPPU, baik dari segi sumber

daya manusia maupun infrastruktur digital. Pembentukan unit khusus pengawasan pasar digital (digital market monitoring unit) perlu dilakukan agar KPPU mampu melakukan pemantauan berbasis data secara berkelanjutan. Penggunaan teknologi analitik dan kolaborasi dengan lembaga seperti Kominfo, OJK, dan Kementerian Perdagangan juga menjadi langkah strategis untuk memperkuat sinergi penegakan hukum lintas sektor. Keempat, penguatan literasi hukum digital bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, perlu menjadi bagian integral dari strategi nasional. Banyak pelaku usaha kecil belum memahami implikasi hukum dari praktik dominasi platform digital, sehingga mereka sering menjadi korban ketidakadilan pasar tanpa memiliki instrumen hukum untuk melindungi diri. Edukasi yang berkelanjutan mengenai prinsip persaingan sehat dan hak-hak pelaku usaha dalam ekosistem digital akan menciptakan kesadaran hukum yang lebih merata. Terakhir, Indonesia perlu mengembangkan kerangka hukum persaingan adaptif (adaptive competition law framework) yang bersifat dinamis dan responsif terhadap perubahan teknologi. Hukum harus mampu menyeimbangkan antara mendorong inovasi dan mencegah penyalahgunaan kekuasaan pasar. Pendekatan ini menuntut adanya kombinasi antara regulasi struktural dan perilaku, serta kebijakan yang menitikberatkan pada pencegahan ketimpangan pasar. Dengan langkah-langkah tersebut, sistem hukum persaingan Indonesia diharapkan mampu menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi digital dan perlindungan terhadap prinsip keadilan serta keberlanjutan pasar.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agung, Sagdiyah Fitri Andani Tambunan, and Muhammad Irwan Padli Nasution. "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Di E-Commerce." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 2, no. 1 (July 2023): 5–7. <https://doi.org/10.47233/jemb.v2i1.915>.
- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2014.
- Amiruddin, and Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Press, 2012.
- Andani, Milenisha, Karol Teovani Lodan, and Etika Khairina. "Analisis Penerapan Asas-asas Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Di Indonesia." *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (SNISTEK)* 6 (2024).
- Carvalhoes, Rafael Bitencourt, and Fernando Gama De Miranda Netto. "Questioning Our Faith in the Judiciary: From Institutional Entrenchment to the Monopoly of Constitution." *Revista de Investigações Constitucionais* 9, no. 2 (November 2022): 347. <https://doi.org/10.5380/rinc.v9i2.86725>.
- Firmansyah Putri, Deanne Destriani, and Muhammad Helmi Fahrozi. "UPAYA PENCEGAHAN KEBOCORAN DATA KONSUMEN MELALUI PENGESAHAN RUU PERLINDUNGAN DATA PRIBADI (STUDI KASUS E-COMMERCE BHINNEKA.COM)." *Borneo Law Review* 5, no. 1 (July 2021): 46–68. <https://doi.org/10.35334/bolrev.v5i1.2014>.
- Fitriani Wijaya Putri and Andriani Samsuri. "PERAN FINTECH SYARIAH DALAM MENDORONG INVESTASI BERBASIS ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE) DI PASAR MODAL SYARIAH DIGITAL." *JURNAL LABATILA* 4, no. 01 (2025).
- M. Raihan Mappuji and Lingga Wisnu Wardana. "Fintech Competition Compliance: Analisis Pelaku Usaha Fintech dalam Menjalankan Program Kepatuhan Persaingan Usaha KPPU." *Jurnal Studia Legalia* 4, no. 01 (May 2023): 43–59. <https://doi.org/10.61084/jsl.v4i01.64>.
- Maharani, Devinta Alya, Febby Ananda, Chamim Ihwanudin, and Miftah Nurasyhari. *STRATEGI PERSAINGAN DI PASAR OLIGOPOLI*. 2, no. 1 (2024).
- Maretta, Yohanie, Jennifer Putri Tumangkeng, and Dave David Tedjokusumo. "HARMONISASI HUKUM PERSAINGAN USAHA DI KAWASAN ASIA TENGGARA: PEMULIHAN PEREKONOMIAN PASCA PANDEMI COVID 19." *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* 8, no. 6 (2024).
- Nazhari, Akhmad Farhan and Naufal Irkham. "Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri E-commerce." *Jurnal Persaingan Usaha* 3, no. 1 (July 2023):

19–31.

<https://doi.org/10.55869/kppu.v3i1.85>.

Ria Setyawati and Rayhan Adhi Pradana. “Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Pelaku Usaha Dominan Melalui Penggunaan Algoritma Harga.” *UIR Law Review* 6, no. 2 (February 2023): 103–20. [https://doi.org/10.25299/uirlrev.2022.vol6\(2\).11750](https://doi.org/10.25299/uirlrev.2022.vol6(2).11750).

Salvia, Merva Putri and Luh Putu Yeyen Karista Putri. “Konstitusionalitas Eksekusi Jaminan Fidusia dalam Kerangka Perlindungan Hak Konsumen.” *Jurnal Konstitusi* 21, no. 2 (2024).

Saragih, Geofani Milthree. “Pancasila Sebagai Landasan Filosofis Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia.” *Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan* 2, no. 1 (2022).

———. “Tinjauan Yuridis Terhadap Tindak Lanjut Putusan Mahkamah Konstitusi Oleh Lembaga Negara Di Indonesia.” Skripsi, Universitas Riau, 2022.

Sulaiman, Robintan. *Cyber Crimes: Perspektif E-Commerce Crime*. Jakarta: Pusat Bisnis Fakultas Hukum: Universitas Pelita Harapan, 2002.

Tanzil, Devina, and Kristianto P.H. Silalahi. “PELINDUNGAN DATA PRIBADI DALAM ANALISIS PENYALAHGUNAAN POSISI DOMINAN BERDASARKAN HUKUM PERSAINGAN USAHA.” *Gloria Justitia* 2, no. 1 (June 2022): 1–18. <https://doi.org/10.25170/gloriajustitia.v2i1.3359>.

Tri Wahyudi, Setyo, Rihana Sofie Nabella, and Kartika Sari. “Measuring the Competition and Banking Efficiency Level: A Study at Four Commercial Banks in Indonesia.” *Banks and Bank Systems* 16, no. 1 (January 2021): 17–26. [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(1\).2021.02](https://doi.org/10.21511/bbs.16(1).2021.02).