

Analisis Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat di Platform Digital E-Commerce di Indonesia: Tinjauan Hukum Persaingan Usaha

Ratna Dewi^{1*}, Afriyanto Setiawan², Leo Sekar Indra³, Gabrielle Evania Cahyadi⁴, Unik Bunga Diva⁵, Boyke Christ Purba⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Bung Karno, Jl. Pegangsaan Timur No.17A 1, RT.10/RW.1, Pegangsaan, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
ratna0097@gmail.com

Abstract

The development of digital e-commerce platforms in Indonesia has fundamentally transformed the business landscape. However, this rapid growth has also given rise to various unfair business competition practices that potentially harm consumers and other business actors. This study aims to analyze various forms of unfair business competition practices in Indonesian e-commerce platforms and evaluate the effectiveness of Law Number 5 of 1999 concerning Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition in regulating digital platforms. The research method used is normative juridical with statutory and case approaches. The research findings indicate that unfair competition practices in Indonesian e-commerce platforms include predatory pricing, price discrimination, exclusive agreements, and abuse of dominant position. This study recommends the need for more specific regulatory revisions governing the digital economy and strengthening the role of KPPU in supervising e-commerce platforms.

Keywords: Unfair Business Competition, E-commerce, Digital Platform, Competition Law, KPPU.

Abstrak

Perkembangan platform digital e-commerce di Indonesia telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Namun, pertumbuhan pesat ini juga menimbulkan berbagai praktik persaingan usaha tidak sehat yang berpotensi merugikan konsumen dan pelaku usaha lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai bentuk praktik persaingan usaha tidak sehat di platform e-commerce Indonesia dan mengevaluasi efektivitas implementasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam mengatur platform digital. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik persaingan tidak sehat di platform e-commerce Indonesia meliputi predatory pricing, diskriminasi harga, perjanjian eksklusif, dan penyalahgunaan posisi dominan. Penelitian ini merekomendasikan perlunya revisi regulasi yang lebih spesifik mengatur ekonomi digital serta penguatan peran KPPU dalam mengawasi platform e-commerce.

Kata Kunci: Persaingan Usaha Tidak Sehat, E-commerce, Platform Digital, Hukum Persaingan, KPPU.

Copyright (c) 2025 Ratna Dewi, Afriyanto Setiawan, Leo Sekar Indra, Gabrielle Evania Cahyadi, Unik Bunga Diva, Boyke Christ Purba

✉Corresponding author: Ratna Dewi

Email Address: ratna0097@gmail.com (Jl. Pegangsaan Timur No.17A 1, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta)

Received 19 October 2025, Accepted 25 October 2025, Published 31 October 2025

PENDAHULUAN

Revolusi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia perdagangan, menggeser sistem konvensional menjadi perdagangan elektronik atau e-commerce yang berkembang pesat di Indonesia (Putri, 2023; Kamila et al., 2025). Dalam beberapa tahun terakhir, nilai transaksi e-commerce nasional terus meningkat secara signifikan, menunjukkan pergeseran perilaku konsumen dan pelaku usaha ke arah digital (Sasabone et al., 2023). Platform besar seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Bukalapak menjadi pemain dominan yang membentuk ekosistem perdagangan digital di Indonesia (Kennedy, 2024). Namun, di balik pertumbuhan pesat tersebut, muncul berbagai permasalahan hukum, terutama

terkait praktik persaingan usaha tidak sehat yang berpotensi merugikan pelaku usaha kecil dan menengah maupun konsumen.

Berbagai laporan dan keluhan mengindikasikan adanya praktik yang dapat melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Beberapa praktik yang sering terjadi antara lain *predatory pricing* melalui pemberian subsidi berlebihan yang tidak berkelanjutan, diskriminasi harga antar penjual dalam satu platform, perjanjian eksklusif yang membatasi penjual untuk berpartisipasi di platform lain, penyalahgunaan data konsumen dan penjual untuk memperoleh keuntungan kompetitif, serta manipulasi algoritma pencarian yang menguntungkan pihak tertentu dan merugikan penjual lainnya (Nazhari & Irkham, 2023; Rahmatia, 2024; Sengge & Umar, 2024).

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai lembaga yang berwenang telah menangani beberapa kasus yang melibatkan platform digital (Lubis et al., 2025). Meskipun demikian, efektivitas penegakan hukum dalam ekonomi digital masih menjadi pertanyaan besar. Hal ini disebabkan oleh karakteristik unik ekonomi digital yang berbeda dengan ekonomi konvensional, seperti keterbukaan pasar, asimetri informasi, serta dominasi platform yang memiliki kekuatan data dan teknologi.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai bentuk praktik persaingan usaha tidak sehat yang terjadi di platform e-commerce di Indonesia, mengevaluasi sejauh mana implementasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mampu menjawab tantangan tersebut, serta merumuskan rekomendasi kebijakan yang dapat memperkuat regulasi dan penegakan hukum persaingan usaha dalam ekosistem digital. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kebijakan yang adaptif dan efektif dalam menjaga iklim persaingan usaha yang sehat di era ekonomi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian hukum normatif berfokus pada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta doktrin hukum yang relevan (Firmanto et al., 2024). Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk memahami dan menganalisis ketentuan hukum yang berlaku, serta menilai penerapannya dalam praktik persaingan usaha di platform e-commerce di Indonesia.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini mencakup pendekatan perundang-undangan, pendekatan kasus, dan pendekatan konseptual. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, peraturan yang diterbitkan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), serta berbagai regulasi yang berkaitan dengan perdagangan elektronik. Pendekatan kasus digunakan untuk menganalisis putusan-putusan KPPU yang berhubungan dengan praktik persaingan tidak sehat di platform digital, guna mengetahui pola dan pertimbangan hukum yang

digunakan dalam penegakan aturan. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji konsep-konsep hukum persaingan usaha dan menyesuaikannya dengan karakteristik ekonomi digital yang berkembang saat ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya merupakan data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, peraturan KPPU, serta putusan-putusan KPPU. Bahan hukum sekunder mencakup buku-buku, jurnal ilmiah, artikel, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian, sedangkan bahan hukum tersier meliputi kamus hukum dan ensiklopedia yang mendukung penjelasan istilah atau konsep.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dengan menelaah berbagai sumber hukum tersebut secara mendalam. Selain itu, data juga diperoleh melalui penelusuran dokumen online seperti putusan KPPU, laporan tahunan KPPU, serta publikasi ilmiah yang tersedia di berbagai database jurnal terakreditasi.

Seluruh data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif menggunakan metode deskriptif-analitis. Analisis dilakukan dengan menafsirkan dan mengonstruksi isi bahan hukum secara sistematis untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Proses analisis menggunakan interpretasi gramatikal, sistematis, dan teleologis terhadap norma-norma hukum yang relevan, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai implementasi dan tantangan penegakan hukum persaingan usaha di era ekonomi digital.

HASIL DAN DISKUSI

Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat di Platform E-Commerce Indonesia

Berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai kasus dan laporan, penelitian ini menemukan bahwa praktik persaingan usaha tidak sehat di platform e-commerce di Indonesia masih sering terjadi dalam berbagai bentuk. Salah satu praktik yang paling menonjol adalah strategi *predatory pricing* melalui pemberian subsidi berlebihan (Putri et al., 2024). Platform e-commerce besar sering menawarkan diskon, gratis ongkir, dan cashback dalam jumlah yang sangat besar untuk menarik konsumen. Program semacam ini pada awalnya tampak menguntungkan bagi pengguna, tetapi dalam jangka panjang dapat menciptakan distorsi pasar. Subsidi yang tidak berkelanjutan secara ekonomi ini sering kali dimaksudkan untuk menyingkirkan pesaing yang tidak memiliki kemampuan finansial serupa. Ketika pesaing kecil tidak mampu bertahan dan akhirnya keluar dari pasar, platform kemudian dapat mengurangi besaran subsidi dan meningkatkan biaya komisi bagi para penjual. Praktik ini berpotensi melanggar Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang melarang penetapan harga sangat rendah dengan tujuan mematikan pesaing.

Selain itu, praktik diskriminasi harga dan perlakuan terhadap penjual juga menjadi isu yang cukup serius. Beberapa platform diketahui menerapkan struktur komisi yang berbeda tanpa alasan yang objektif. Penjual besar atau yang memiliki hubungan bisnis khusus dengan pihak platform sering kali

mendapatkan perlakuan istimewa, seperti potongan komisi yang lebih rendah, akses prioritas pada fitur promosi, serta dukungan operasional yang lebih baik dibandingkan penjual kecil. Ketidaksetaraan perlakuan ini dapat melanggar ketentuan Pasal 19 huruf d dan Pasal 6 UU No. 5 Tahun 1999 karena menghalangi kesempatan yang sama bagi pelaku usaha lain dalam pasar yang bersangkutan.

Selain diskriminasi, perjanjian eksklusif juga menjadi salah satu bentuk praktik persaingan usaha tidak sehat yang ditemukan dalam penelitian ini. Beberapa platform diketahui menerapkan klausul eksklusivitas kepada penjual tertentu, terutama pada produk unggulan atau merek ternama. Klausul ini melarang penjual untuk menjual produk yang sama di platform lain atau menetapkan harga yang lebih rendah di luar platform tersebut. Perjanjian seperti ini berpotensi menutup peluang bagi platform pesaing untuk bersaing secara adil dan dapat melanggar Pasal 15 ayat (2) serta Pasal 19 huruf a UU No. 5 Tahun 1999 karena menciptakan penguasaan pasar yang berlebihan dan mengarah pada praktik monopoli.

Penyalahgunaan posisi dominan juga menjadi persoalan yang cukup menonjol dalam ekosistem e-commerce Indonesia. Platform yang memiliki pangsa pasar besar kerap menggunakan kekuasaannya untuk mengatur mekanisme pasar sesuai kepentingannya. Bentuk penyalahgunaan ini dapat berupa pengutamaan produk milik sendiri dalam hasil pencarian (*self-preferencing*), penetapan syarat dan ketentuan yang merugikan penjual, pemanfaatan data penjual untuk keuntungan kompetitif, hingga perubahan algoritma secara sepihak yang berdampak negatif pada kinerja toko tertentu. Praktik semacam ini jelas berpotensi melanggar Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999 tentang penyalahgunaan posisi dominan.

Selain itu, masalah manipulasi algoritma dan kurangnya transparansi dalam sistem pencarian juga menjadi sorotan penting. Algoritma yang digunakan oleh platform e-commerce memiliki peran besar dalam menentukan visibilitas dan penjualan suatu produk. Namun, ketidakjelasan mekanisme kerja algoritma ini menciptakan ketidakpastian bagi penjual dan membuka peluang terjadinya manipulasi untuk menguntungkan pihak tertentu. Beberapa indikasi menunjukkan bahwa algoritma dapat diatur sedemikian rupa untuk menampilkan produk tertentu di posisi teratas, sementara produk pesaing diturunkan peringkatnya tanpa alasan yang transparan (Zakariya, 2024). Meskipun praktik ini belum secara eksplisit diatur dalam UU No. 5 Tahun 1999, manipulasi algoritma dapat dikategorikan sebagai bentuk persaingan usaha tidak sehat apabila terbukti menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha lain dan menghambat persaingan yang adil di pasar digital.

Berdasarkan temuan berbagai praktik tersebut menunjukkan bahwa dinamika persaingan usaha di sektor e-commerce masih menghadapi tantangan besar, terutama dalam memastikan keadilan, transparansi, dan kesetaraan peluang antar pelaku usaha di era ekonomi digital yang semakin kompleks.

Implementasi UU No. 5/1999 dalam Mengatur Platform E-Commerce

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disahkan pada masa ketika ekonomi digital belum berkembang seperti saat ini. Oleh karena itu, implementasinya terhadap platform e-commerce menghadapi berbagai tantangan yang

cukup rumit. Dinamika pasar digital yang serba cepat, berbasis teknologi, dan melibatkan banyak pihak menuntut penyesuaian dalam cara memahami dan menerapkan prinsip-prinsip hukum persaingan usaha (Prayuti, 2024).

Salah satu tantangan utama terletak pada penentuan pasar relevan atau *relevant market* dalam platform digital. Pasar digital memiliki karakteristik multi-sided market, di mana platform e-commerce berfungsi sebagai perantara antara dua sisi pasar, yaitu penjual dan pembeli. Dalam kondisi seperti ini, pendekatan tradisional yang mendefinisikan pasar berdasarkan substitutabilitas produk tidak lagi memadai untuk menggambarkan dinamika persaingan yang terjadi. Faktor-faktor seperti efek jaringan (*network effects*), skala ekonomi (*economies of scale*), serta biaya perpindahan pengguna (*switching costs*) menjadi elemen penting yang memengaruhi struktur dan perilaku pasar digital. Oleh karena itu, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) perlu mengembangkan metodologi baru dalam menentukan pasar relevan agar dapat menilai posisi dan kekuatan pasar pelaku usaha digital secara lebih akurat.

Selain definisi pasar relevan, tantangan lain muncul dalam pembuktian posisi dominan di platform e-commerce. Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999 menetapkan batasan pangsa pasar sebesar 50 persen bagi satu pelaku usaha atau 75 persen bagi dua hingga tiga pelaku usaha sebagai indikator posisi dominan. Namun, dalam bidang digital, ukuran ini sering kali tidak mencerminkan kekuatan pasar yang sebenarnya. Platform dengan pangsa pasar yang relatif kecil pun dapat memiliki pengaruh besar karena penguasaan terhadap data, algoritma, dan teknologi yang digunakan untuk mengendalikan interaksi antara pengguna dan penjual. Fenomena *winner-takes-all* yang lazim terjadi di ekonomi digital, di mana satu platform dapat menguasai hampir seluruh aktivitas pasar karena efek jaringan yang kuat, membuat konsep dominasi menjadi lebih rumit. Selain itu, hambatan masuk (*barriers to entry*) pada sektor digital tidak selalu berupa kepemilikan aset fisik yang besar, melainkan kontrol atas teknologi, data, dan ekosistem digital yang sulit ditiru oleh pesaing baru.

Dalam hal penegakan hukum, KPPU telah menangani beberapa kasus yang melibatkan platform digital, namun efektivitasnya masih terbatas. Tantangan yang dihadapi antara lain kesulitan memperoleh data internal platform yang bersifat tertutup, kompleksitas teknis dalam memahami cara kerja algoritma dan model bisnis digital, serta keterbatasan sumber daya manusia dan teknologi di lingkungan KPPU. Selain itu, sanksi yang diatur dalam undang-undang masih relatif kecil jika dibandingkan dengan keuntungan besar yang diperoleh dari praktik anti-kompetitif di dunia digital, sehingga efek jera terhadap pelaku usaha masih kurang optimal.

Meskipun demikian, terdapat perkembangan positif di mana KPPU mulai menunjukkan upaya adaptif terhadap perubahan karakteristik ekonomi digital. Dalam beberapa putusannya, lembaga ini mulai menerapkan pendekatan yang lebih kontekstual dengan mempertimbangkan aspek teknologi, perilaku pasar digital, serta kepentingan konsumen dalam ekosistem daring. Namun, untuk memperkuat efektivitas implementasi UU No. 5 Tahun 1999 di era digital, diperlukan pembaruan regulasi yang lebih

spesifik serta peningkatan kapasitas kelembagaan agar KPPU mampu berperan optimal dalam menjaga persaingan usaha yang sehat di sektor e-commerce Indonesia.

Kendala dan Solusi Penegakan Hukum Persaingan di Platform Digital

Berdasarkan analisis terhadap implementasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam platform e-commerce, penelitian ini menemukan bahwa penegakan hukum persaingan usaha di sektor digital menghadapi sejumlah kendala yang signifikan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan regulasi yang ada. UU No. 5/1999 disusun pada era sebelum munculnya ekonomi digital, sehingga belum mampu mengakomodasi karakteristik unik platform digital seperti efek jaringan, pengumpulan data secara masif, serta struktur pasar multi-sisi yang melibatkan interaksi antara penjual, pembeli, dan pihak ketiga. Akibatnya, banyak ketentuan dalam undang-undang tersebut sulit diterapkan secara langsung terhadap praktik baru yang muncul dalam ekosistem digital yang dinamis (Puspawardani et al., 2025).

Selain keterbatasan regulasi, kesulitan pembuktian juga menjadi hambatan besar dalam penegakan hukum (Lesmana et al., 2024). Praktik anti-kompetitif di platform digital sering kali tersembunyi di balik algoritma dan kebijakan internal. Untuk membuktikan adanya niat atau dampak dari praktik tersebut dibutuhkan akses terhadap data internal platform serta kemampuan teknis tinggi untuk menganalisis sistem algoritmik dan perilaku pasar digital. Sayangnya, data semacam itu kerap bersifat tertutup dan sulit diakses oleh otoritas pengawas.

Keterbatasan kapasitas kelembagaan di KPPU turut memperburuk situasi (Nur et al., 2023). Lembaga ini masih menghadapi kekurangan tenaga ahli yang memahami teknologi digital dan analisis data, serta keterbatasan anggaran untuk melakukan investigasi mendalam terhadap kasus-kasus digital. Di sisi lain, banyak platform e-commerce yang beroperasi di Indonesia merupakan bagian dari perusahaan multinasional atau memiliki struktur kepemilikan lintas negara, sehingga menimbulkan kompleksitas yurisdiksi dan kesulitan dalam pelaksanaan penegakan hukum di tingkat nasional.

Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut, penelitian ini merumuskan beberapa solusi yang dapat diterapkan. Pertama, diperlukan revisi atau pembaruan terhadap UU No. 5/1999, atau bahkan penyusunan regulasi baru yang secara khusus mengatur persaingan usaha di ranah ekonomi digital. Regulasi tersebut perlu mencakup definisi pasar relevan yang sesuai dengan karakteristik platform digital, kriteria baru dalam menentukan posisi dominan dengan mempertimbangkan kontrol atas data dan algoritma, serta aturan mengenai transparansi dalam penggunaan data dan pengoperasian algoritma. Selain itu, perlu ditetapkan larangan terhadap praktik-praktik tertentu seperti self-preferencing dan perjanjian eksklusif yang tidak adil, serta penerapan sanksi yang lebih berat dan proporsional dengan nilai transaksi yang terjadi di platform digital.

Kedua, penguatan kapasitas kelembagaan KPPU menjadi hal yang sangat penting. Lembaga ini perlu merekrut tenaga ahli di bidang teknologi informasi dan data science, meningkatkan anggaran untuk penyelidikan kasus digital, serta membentuk unit khusus yang berfokus pada pengawasan

ekonomi digital. Kerja sama dengan lembaga riset dan universitas juga dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat kemampuan teknis dan analitis KPPU.

Ketiga, transparansi dari pihak platform digital harus menjadi kewajiban hukum. Platform perlu menyediakan syarat dan ketentuan yang jelas dan mudah dipahami, menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi peringkat produk dalam hasil pencarian, memberikan akses data yang diperlukan KPPU dalam proses investigasi, serta melaporkan setiap perubahan kebijakan yang berdampak signifikan terhadap penjual dan konsumen.

Selain itu, mengingat sifat global dari bisnis digital, kerja sama internasional antarotoritas persaingan usaha menjadi sangat penting. Kerja sama ini dapat berupa pertukaran informasi dan praktik terbaik, koordinasi dalam investigasi lintas negara, harmonisasi regulasi antarnegara, serta peningkatan kapasitas melalui pelatihan bersama.

Pendekatan lain yang dapat diterapkan adalah *ex-ante regulation*, yaitu pengaturan preventif terhadap platform yang memiliki posisi sangat dominan atau berperan sebagai gatekeeper dalam ekosistem digital. Pendekatan ini dapat mencakup kewajiban interoperabilitas antarplatform, portabilitas data, serta larangan terhadap praktik yang berpotensi menutup akses pasar bagi pesaing.

Terakhir, perlindungan terhadap pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus menjadi prioritas dalam kebijakan persaingan di sektor e-commerce. Mengingat sebagian besar penjual di platform digital berasal dari sektor UMKM yang rentan terhadap praktik tidak adil, perlu dibentuk mekanisme khusus seperti ombudsman atau mediator yang berfungsi menyelesaikan sengketa antara penjual dan platform. Selain itu, UMKM perlu diberikan ruang untuk berserikat dan bernegosiasi secara kolektif guna memperjuangkan posisi tawar yang lebih seimbang di hadapan platform besar.

Berdasarkan kombinasi langkah-langkah tersebut, diharapkan penegakan hukum persaingan usaha di ranah digital dapat berjalan lebih efektif, adaptif, dan mampu menciptakan ekosistem e-commerce yang sehat, adil, serta berkelanjutan bagi seluruh pelaku usaha di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Pertama, praktik persaingan usaha tidak sehat di platform e-commerce Indonesia terjadi dalam berbagai bentuk, meliputi predatory pricing melalui subsidi berlebihan, diskriminasi harga dan perlakuan terhadap penjual, perjanjian eksklusif yang membatasi persaingan, penyalahgunaan posisi dominan, dan manipulasi algoritma. Praktik-praktik ini berpotensi merugikan pelaku usaha lain, khususnya UMKM, serta mengurangi pilihan dan kesejahteraan konsumen dalam jangka panjang.

Kedua, implementasi UU No. 5/1999 dalam mengatur persaingan usaha di platform e-commerce menghadapi berbagai tantangan. Regulasi yang disusun pada era pra-digital ini memiliki keterbatasan dalam menangkap karakteristik unik ekonomi digital. Konsep-konsep tradisional seperti pasar relevan, posisi dominan, dan pembuktian praktik anti-kompetitif perlu disesuaikan dengan dinamika platform digital yang melibatkan network effects, multi-sided markets, dan kontrol atas data dan algoritma.

Ketiga, kendala utama dalam penegakan hukum persaingan usaha di platform digital meliputi keterbatasan regulasi, kesulitan pembuktian, keterbatasan kapasitas KPPU, dan kompleksitas lintas

negara. Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, diperlukan pendekatan komprehensif yang meliputi revisi dan penguatan regulasi, penguatan kapasitas kelembagaan KPPU, kewajiban transparansi bagi platform, kerja sama internasional, pendekatan ex-ante regulation, dan perlindungan khusus bagi pelaku UMKM.

Keempat, pengaturan persaingan usaha di platform digital memerlukan keseimbangan antara mendorong inovasi dan melindungi persaingan yang sehat. Regulasi yang terlalu ketat dapat menghambat inovasi dan investasi, sementara regulasi yang terlalu longgar dapat membiarkan praktik-praktik yang merugikan persaingan dan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang proporsional, berbasis evidence, dan terus dievaluasi sesuai dengan perkembangan teknologi dan model bisnis platform digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan serta kontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan artikel ini.

REFERENSI

- Firmanto, T., Sufiarina, S., Reumi, F., & Saleh, I. N. S. (2024). *Metodologi Penelitian Hukum: Panduan Komprehensif Penulisan Ilmiah Bidang Hukum*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kamila, E. R., Andini, A. I. X., & Azzahra, T. (2025). Transformasi Digital dan Pertumbuhan E-Commerce: Dampak, Peluang, dan Tantangan di Era Modern. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 141-145. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3810>
- Kennedy, A. (2024). Analisis Hukum Persaingan Usaha Platform Marketplace Online Pada Era Ekonomi Digital. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 2(4). <https://doi.org/10.61292/eljbn.243>
- Lesmana, H., Yoserwan, Y., & Mulyati, N. (2024). Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana E-Commerce (Studi Kasus: Kepolisian Daerah Sumatera Barat). *Lareh Law Review*, 2(2), 181-191. <https://doi.org/10.25077/lr.2.2.181-191.2024>
- Lubis, J., Masri, D., Rizki, M. N., & Suriyati, C. (2025). Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Mencegah Kartel di Pasar Digital. *Battuta-Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 8-15.
- Nazhari, A. F., & Irkham, N. (2023). Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri E-Commerce. *Jurnal Persaingan Usaha*, 3(1), 19-31.
- Nur, A. A., Prananingtyas, P., & Irawati, I. (2023). Analisa yuridis penerapan prinsip rule of reason oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam kasus-kasus dugaan kartel. *Diponegoro Law Journal*, 12(3). <https://doi.org/10.14710/dlj.2023.39558>
- Prayuti, Y. (2024). Dinamika perlindungan hukum konsumen di era digital: Analisis hukum terhadap praktik e-commerce dan perlindungan data konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 903-913. <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913>

- Puspawardani, R. N., Junus, N., & Elfikri, N. F. (2025). Pengaturan Hukum Pasar Digital dalam memperkuat dukungan terhadap UMKM di Platform E-commerce. *Almufti Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(1), 20-29. <https://doi.org/10.63821/ash.v2i1.428>
- Putri, A. T. N., Praptono, E., & Idayanti, S. (2024). Predatory Pricing Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Penjualan Shopee Live. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 2(1), 237-254. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v2i1.557>
- Putri, L. E. (2023). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Di Indonesia. *JURNAL TAFIDU*, 2(1), 42-52. <https://doi.org/10.57113/jtf.v2i1.269>
- Rahmatia, R. (2024). *Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SULAWESI BARAT).
- Sasabone, L., Sudarmanto, E., Yovita, Y., & Adiwijaya, S. (2023). Pengaruh E-commerce dan Kemudahan Transaksi Terhadap Perubahan Pola Konsumsi Dalam Era Digital Di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(01), 32-42. <https://doi.org/10.58812/sish.v1i01.304>
- Sengge, A., & Umar, W. (2024). Pengawasan Dan Penegakan Hukum E-Commerce Oleh Kppu Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 5(4).
- Zakariya, A. I. K. (2024). *Pengaturan Pemanfaatan Algoritma Pada Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).