

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS HUKUM

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi

Nomor: 1856/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

***Praktik Self-preferencing dalam Ekonomi Digital Dikaji Dari Hukum Persaingan
Usaha Indonesia***

OLEH

Jordan Amadeus Soetowidjojo

NPM: 6052001393

PEMBIMBING I

A.F. Elly Erawaty, S.H., LL.M., Ph.D.

PEMBIMBING II

Rismawati, S.H., M.H.



Penulisan Hukum

Disusun Sebagai Salah Satu Kelengkapan
Untuk Menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ilmu Hukum

2024

Penulisan Hukum dengan judul
**Praktik Self-preferencing dalam Ekonomi Digital Dikaji Dari Hukum Persaingan
Usaha Indonesia**

yang ditulis oleh:

Nama: Jordan Amadeus Soetowidjojo

NPM: 6052001393

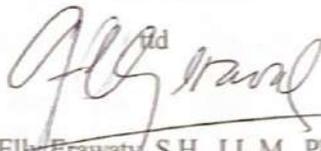
Pada tanggal: 27/06/2024

Telah disidangkan pada

Ujian Penulisan Hukum Program Studi Hukum Program Sarjana

Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan

Pembimbing I

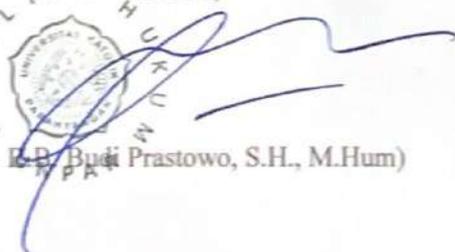


(A.F. Elly Erawaty, S.H., LL.M., Ph.D.)

Pembimbing II



(Rismawati, S.H., M.H.)

Fakultas Hukum
Dekan,

(Dr. B. Budi Prastowo, S.H., M.Hum)



PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dalam rangka mewujudkan nilai-nilai ideal dan standar mutu akademik yang setinggi-tingginya, maka Saya, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang beranda tangan di bawah ini :

Nama : Jordan Amadeus Soetowidjojo

NPM : 6052001393

Dengan ini menyatakan dengan penuh kejujuran dan dengan kesungguhan hati dan pikiran, bahwa karya ilmiah / karya penulisan hukum yang berjudul:

Praktik Self-preferencing dalam Ekonomi Digital Dikaji Dari Hukum Persaingan Usaha Indonesia

Adalah sungguh-sungguh merupakan karya ilmiah /Karya Penulisan Hukum yang telah saya susun dan selesaikan atas dasar upaya, kemampuan dan pengetahuan akademik Saya pribadi, dan sekurang-kurangnya tidak dibuat melalui dan atau mengandung hasil dari tindakan-tindakan yang:

- Secara tidak jujur dan secara langsung atau tidak langsung melanggar hak-hak atas kekayaan intelektual orang lain, dan atau
- Dari segi akademik dapat dianggap tidak jujur dan melanggar nilai-nilai integritas akademik dan itikad baik;

Seandainya di kemudian hari ternyata bahwa Saya telah menyalahi dan atau melanggar pernyataan Saya di atas, maka Saya sanggup untuk menerima akibat-akibat dan atau sanksi-sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pernyataan ini Saya buat dengan penuh kesadaran dan kesukarelaan, tanpa paksaan dalam bentuk apapun juga.

Bandung, 3 Juli 2024

Mahasiswa penyusun Karya Ilmiah/ Karya Penulisan Hukum



Jordan Amadeus Soetowidjojo

6052001393

ABSTRAK

Perusahaan digital dengan penguasaan teknologi dapat berpotensi menjadi perusahaan digital raksasa seperti Google, Amazon, dan Apple. Melalui penguasaan teknologi dan pasar yang dimiliki, perusahaan digital tersebut dapat menciptakan sebuah bisnis yang terintegrasi sehingga sebuah perusahaan dapat memiliki ekosistem digital-nya masing-masing. Dengan terciptanya bisnis yang terintegrasi oleh perusahaan digital, maka ada kecenderungan perusahaan akan mengistimewakan produk yang terintegrasi satu produk dengan produk lainnya. Praktik tersebut dapat disebut sebagai praktik *self-preferencing* yang dapat dirumuskan sebagai perusahaan menggunakan kekuasaan mereka untuk memberikan preferensi kepada produk atau layanan mereka sendiri dibandingkan dengan produk atau layanan dari pihak ketiga. Melalui penelitian ini, Penulis akan mengkaji praktik *self-preferencing* dalam ekonomi digital, mengidentifikasi bagaimana praktik ini dapat mempengaruhi persaingan usaha, serta menyoroti berbagai kasus yang relevan. Penelitian ini juga membahas implikasi regulasi terkait *self-preferencing*, mencakup undang-undang anti-monopoli dan kebijakan persaingan yang diterapkan di berbagai yurisdiksi. perdebatan mengenai apakah dan bagaimana intervensi regulasi diberlakukan oleh berbagai negara dalam menangani masalah ini.

ABSTRACT

Digital companies with technological mastery can potentially become giant digital companies such as Google, Amazon, and Apple. Through their mastery of technology and markets, these digital companies can create an integrated business so that a company can have its own digital ecosystem. With the creation of an integrated business by digital companies, there is a tendency for companies to privilege products that are integrated with one another. The practice can be referred to as the practice of self-preferencing which can be formulated as companies use their power to give preference to their own products or services compared to products or services from third parties. Through this research, the author will examine the practice of self-preferencing in the digital economy, identify how this practice may affect competition, and highlight relevant cases. The research also discusses the regulatory implications of self-preferencing, covering antitrust laws and competition policies implemented in various jurisdictions, and the debate on whether and how regulatory intervention is enforced by different countries in addressing this issue.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan Anugerah yang diberikan sehingga Penulis dapat menyusun dan menyelesaikan karya ilmiah ini.

Ucapan terima kasih Penulis sampaikan kepada keluarga Penulis, Rudy Soetowidjojo, Shinta Agung Trisno, dan Vincent Soetowidjojo yang telah memberi segalanya kepada Penulis, meskipun sudah tak lagi bersama dalam rumah tangga, namun tetap berkomitmen dalam membesarkan Penulis. Terima kasih juga Penulis sampaikan kepada keluarga besar Penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada Penulis untuk menyusun Penelitian ini.

Penulis juga berterima kasih kepada Ibu Anna Fidelia Elly Erawaty, S.H., LL.M., Ph.D. dan Ibu Rismawati S.H., M.H, atas bimbingan, ilmu, dan dukungan yang diberikan kepada Penulis selama menyusun Penelitian ini. Penulis juga berterima kasih kepada semua dosen yang telah membimbing dan memberikan ilmu kepada Penulis selama menempuh studi Sarjana di Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan, terkhusus untuk Bapak Dr. Sentosa Sembiring, S.H., M.H., Theodora Pritadianing Saputri, S.H., LL.M., Dr. Ida Susanti, S.H., LL.M., CN., Dr. Bayu Seto Hardjowahono, S.H., LL.M., yang telah membantu dan mengarahkan Penulis untuk menemukan bidang Hukum yang Penulis minati.

Penulis juga berterima kasih kepada teman-teman Forum of Writing and Receptive Discussions 198 (FORWARD 198), yang telah menerima dan menjadi wadah untuk Penulis dalam mengembangkan *soft skill* dan *hard skill* Penulis. Terkhusus untuk Kresnaya, Manika, dan Mika yang telah menjadi pilar FORWARD 198 angkatan 2020. Penulis juga berterima kasih kepada Alumni FORWARD 198 yang telah memberi banyak ilmu dan pengalaman kepada

Penulis. Juga kepada adik-adik tingkat FORWARD 198 yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fayola yang telah menjadi sahabat Penulis. Terima kasih juga atas semua kebahagiaan, perjuangan, rekan diskusi yang pernah dilewati selama masa studi bersama Alah Siah Boi (ASB) yaitu Mario Yohanes, Regaldy Sam, Michael Benjamin, Ray Calaryo, Ryan Aurelius, Muhammad Naufal, Kristian Djaya, Marcel Dedy, Danang Niskala, Alexander Nixon, Triardya, Biyan, Dafa Aulia, Evan Jonathan, Firdaus Wawoi, Ignatius Vito, Josef Henokh, Kinan, Nicolas Wianto Radin Pradipta, Rakeyan Malik, dan Steven Hadylaya.

Penulis juga berterima kasih kepada teman-teman Komunitas Mahasiswa Peradilan Semu Nasional Fakultas Hukum UNPAR, yaitu Gerry Leonard, Luh Ayu Rizkyolla, Muhammad Raihan, Regaldy Sam, Ignatius Kevin, Hosea Maynardo, Axel Leonardo, Amanda, Glory Immanuel, dan Akira Haidar, yang senantiasa membantu dan menemani Penulis.

Penulis juga berterima kasih kepada Vico Anderson, Shania Nabilah, Daphne Anugrah, Jessica Yap, Alexander Nixon, Regaldy Sam, dan Mario Yohanes yang telah menjadi sahabat masa maba Penulis.

Penulis juga berterima kasih kepada kak Shady dan kak Prajna yang telah menjadi mentor selama masa MBKM di Rekosistem. Juga kepada Angela Aldadorena, Ivana Loren, Walter Felix, Clara Prajna, dan Vincent, yang telah menjadi teman Penulis selama masa MBKM di Rekosistem.

Penulis juga berterima kasih kepada kakak-kakak di Hukumonline yaitu kak Phalita Gatra, kak Vania Anastasia, kak Fajrin Kautsar, kak Sinatrya, kak Ayu Suci, kak Nabila, dan kak Rifda, yang telah membimbing dan menjadi Mentor Penulis selama magang di Hukumonline.

Penulis menyadari bahwa Penelitian ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu Penulis terbuka atas kritik dan saran dari pembaca agar Penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi orang banyak.

Akhir kata, terima kasih dan selamat membaca.

Bandung, Juni 2024.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'JA' or similar initials, written in a cursive style.

Jordan Amadeus

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PEMBUKAAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1. Tujuan	6
1.3.2. Manfaat.....	6
1.4. Metode Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PRAKTIK <i>SELF-PREFERENCING</i>	
DALAM EKONOMI DIGITAL	10
2.1. Pengantar.....	10
2.2. Ekonomi Digital	10
2.3. Praktik <i>Self-preferencing</i>.....	12
2.4. Unsur dalam Praktik <i>Self-preferencing</i>	14
2.5. <i>Taxonomy</i> Praktik <i>Self-preferencing</i>	20
2.6. Perdebatan mengenai Praktik <i>Self-preferencing</i>	24
2.7. Kasus Praktik <i>Self-Preferencing</i>.....	27
2.7.1. Kasus Google Shopping	27
2.7.2. Kasus Amazon Shopping.....	29
2.7.3. Kasus <i>Google Play Billing System</i> di Indonesia.....	31
2.8. Tinjauan tentang Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.....	32
2.8.1. Tujuan Regulasi Persaingan Usaha	33
2.8.2. Substansi Hukum Persaingan Usaha Indonesia	35
2.9. Penutup	38
BAB III PENGATURAN PRAKTIK <i>SELF-PREFERENCING</i> DALAM HUKUM	
KOMPETISI BERBAGAI NEGARA.....	40

3.1. Pengantar.....	40
3.2. Pembentukan <i>Ex-ante Regulation</i>	41
3.3. Pengaturan Praktik <i>Self-preferencing</i> dalam Ekonomi Digital di Berbagai Negara	42
3.3.1. Pengaturan Praktik <i>Self-preferencing</i> Dalam Hukum Kompetisi Negara Australia	43
3.3.2. Pengaturan Praktik <i>Self-Preferencing</i> dalam Hukum Kompetisi Negara Amerika Serikat	48
3.3.3. Pengaturan Praktik <i>Self-Preferencing</i> dalam Hukum Kompetisi Negara Inggris ...	51
3.3.4. Pengaturan Praktik <i>Self-Preferencing</i> dalam Hukum Kompetisi Uni Eropa	54
3.4. Hambatan Prosedural dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha dalam Ekonomi Digital.....	58
3.5. Penutup	59
BAB IV PRAKTIK <i>SELF-PREFERENCING</i> DITINJAU MELALUI HUKUM PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA.....	61
4.1. Pengantar.....	61
4.2. Pasal-Pasal dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang Menurut Penulis Relevan dengan Praktik <i>Self-preferencing</i>.....	61
4.2.1. Relevansi Praktik <i>Self-Preferencing</i> dengan Pasal 19 tentang Penguasaan Pasar	62
4.2.2. Relevansi Praktik <i>Self-Preferencing</i> dengan Pasal 25 tentang Posisi Dominan	71
4.2.3. Relevansi Praktik <i>Self-Preferencing</i> dengan Pasal 15 tentang <i>Bundling & Tying</i> ...	78
4.2.4. Tinjauan tentang Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023	95
BAB V PENUTUP	98
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Rekomendasi	100
5.2.1. Kepada Regulator	100
5.2.2. Kepada pelaku usaha dalam dunia digital	101
5.2.3. Kepada Akademisi.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Produk Terintegrasi dari Platform Digital	45
---	----

BAB I PEMBUKAAN

1.1. Latar Belakang

Interaksi dalam melakukan perdagangan dalam jaringan (daring) mengalami perkembangan pesat yang disebabkan berkembangnya teknologi informasi dan internet sehingga telah mengubah pola perekonomian secara global. Berdasarkan pendapat Don Tapscott sebagaimana yang dikutip oleh AG. Eka Wenats Wuryanta, perkembangan ekonomi dunia pada saat ini sedang mengalami transisi dari dinamika masyarakat industri yang berbasis pada baja, kendaraan, dan jalan raya ke arah dinamika masyarakat ekonomi baru yang dibentuk oleh komputer dan jaringan.¹ Dinamika dalam perekonomian yang berbasis teknologi ini berperan pada perluasan ruang lingkup hubungan antar manusia dan membuat batas-batas antar negara menjadi samar (*borderless*).² Hal inilah yang berdampak pada bergesernya sektor perekonomian konvensional menjadi ekonomi digital. Ekonomi digital menurut Amir Hartman sebagaimana dikutip oleh Dewi Sartika Nasution, ekonomi digital diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi, baik dalam hal penciptaan dan pertukaran nilai, transaksi barang dan jasa, serta kegiatan ekonomi lainnya yang secara keseluruhan dilakukan dengan memanfaatkan internet sebagai perantaranya.³ Ekonomi digital telah membawa aktivitas ekonomi yang berfokus pada *Data-Driven*, yang disebabkan oleh *Artificial Intelligence* dan ditenagai oleh *Big Data*.⁴ Penerapannya berupa penyediaan data konsumen yang nantinya dapat dipilih

¹ AG. Eka Wenats Wuryanta, *Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi*, 1 JURNAL ILMU KOMUNIKASI. 131, 132 (2013), tersedia pada <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/163/247>.

² Nila Dwi Aprilia, *et al.*, *Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia*, 7 JURNAL EKONOMI PERTAHANAN. 245, 246 (2021), tersedia pada <https://jurnalprodi.idu.ac.id/index.php/EP/article/view/877>.

³ DEWI SARTIKA NASUTION, *et al.*, *EKONOMI DIGITAL 1* (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, 2019).

⁴ Christopher Townley, *et al.*, *Big Data and Personalized Price Discrimination in EU Competition Law*, KING COLLEGE LONDON DICKSON POON SCHOOL OF LAW LEGAL STUDIES RESEARCH PAPER., Series No. 2017-38, 2017, pada 1.

oleh pelaku usaha digital untuk ditarget sesuai dengan pemasaran objektif yang telah disusun melalui hasil penelusuran pengguna sebelumnya.⁵

Ekonomi Digital berdasarkan pedoman Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) yang berjudul “*OECD Handbook on Competition Policy in The Digital Age*” diartikan sebagai seluruh rangkaian aktivitas perekonomian yang bergantung pada penggunaan input digital yang termasuk di dalamnya teknologi digital, infrastruktur digital, layanan digital, serta penggunaan data.⁶ Pasar dalam ekonomi digital ini mengusung tiga unsur utama yaitu *zero price services*, *multi-sided platforms*, dan ekosistem digital.⁷ *Zero price services* ini merupakan pelayanan yang ditawarkan dalam platform digital yang tidak dikenakannya suatu biaya berupa uang kepada konsumen dalam mengakses pasar digital, tetapi pertukaran yang terjadi ialah berupa data dari konsumen sebagai *User*.⁸ *Zero price services* ini merupakan pelayanan yang ditawarkan dalam platform digital yang dimaksudkan bahwa tidak dikenakannya suatu biaya berupa uang kepada konsumen dalam mengakses pasar digital, tetapi pertukaran yang terjadi ialah berupa data dari konsumen sebagai *User*.⁹ Konsep kedua yakni *Multi-sided platforms* diartikan sebagai platform digital yang bertindak sebagai perantara, memfasilitasi interaksi yang dilakukan antara beberapa kelompok yang berbeda, yaitu seperti pada platform TikTok dimana terdapat penjual produk (pelaku usaha), pembeli, pihak yang mengurus distribusi hingga tangan konsumen, dan pengiklan (*affiliator*) yang mana kehadiran satu sama lain saling mempengaruhi. Konsep ketiga yakni ekosistem digital yang terdiri atas jaringan kompleks antara manusia, bisnis, serta sistem teknologi, dengan

⁵ Abdul Rauf, et al., *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*, 233 (Penerbit Insania, Cirebon, 2021).

⁶ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), *OECD Handbook on Competition Policy in the Digital Age*, (tersedia pada laman web resmi OECD <https://www.oecd.org/daf/competition-policy-in-the-digital-age>), pada 8.

⁷ Magali Eben & Viktoria H S E Robertson, *Digital Market Definition in The European Union, United States and Brazil: Past, Present, and Future*, 18 JOURNAL OF COMPETITION LAW & ECONOMICS. 417, 420 (2021).

⁸ *Id.*, pada 428.

⁹ Mark J. Tremblay, *Market Power and Mergers in Multi-Sided Markets*, 2018 FARMER SCHOOL OF BUSINESS MIAMI UNIVERSITY. 3.

melakukan pemanfaatan pada perangkat fisik, data, dan aplikasi sehingga dapat memungkinkan pelaku usaha untuk dapat berinteraksi dengan konsumen secara langsung.¹⁰ Ekosistem dapat menunjukkan komplementaritas dalam produksi (sisi penawaran) atau konsumsi (sisi permintaan) antara dua produk atau jasa.

Ekonomi digital memiliki tujuan utama pada pelaksanaan perdagangan secara digital, dimana terdapat perantara seperti laman web ataupun aplikasi. Dengan adanya perantara tersebut, proses pembelian, penjualan, pembayaran, informasi produk, periklanan, dan penyediaan layanan dilakukan seluruhnya melalui media digital dengan memanfaatkan jaringan internet.¹¹ Kemudahan dalam menjalankan kegiatan ekonomi secara digital ini membuat ekonomi digital kian berkembang. Perkembangan ekonomi digital yang pesat ini melahirkan bentuk-bentuk bisnis baru seperti *E-Commerce*, *marketplace*, *merchant online shop*, dan platform digital.¹² Faktor yang juga berperan dalam berkembangnya ekonomi digital adalah: (i) pengaruh jaringan, (ii) inovasi dengan tempo yang cepat, (iii) biaya yang lebih pasti, dan (iv) tersedianya informasi mengenai produk barang maupun jasa.¹³ Keleluasaan para pelaku usaha dalam melakukan perdagangan secara digital juga membuat persaingan antar pelaku usaha digital. Para pelaku usaha bersaing dalam menawarkan produk dengan menciptakan berbagai inovasi, meningkatkan kualitas produk dengan harga yang bersaing, dan meningkatkan pelayanan pada pelanggan.¹⁴ Banyaknya *stakeholder* yang terlibat dalam ekonomi digital ini membuat kompetisi dalam ekonomi digital ini semakin kompleks.

¹⁰ International Institute for Management Development, *Everything you need to know about Digital Ecosystems*, <https://www.imd.org/reflections/digital-ecosystems/> (terakhir diakses pada 15 Desember 2023).

¹¹ Rohmat, *Urgensi Pembentukan Undang-Undang Pasar Digital Sebagai Instrumen Pengawasan Persaingan Usaha*, 2 JURNAL KARYA ILMIAH MULTIDISIPLIN, 118, 121 (2022), tersedia pada <https://jurnal.kppu.go.id/index.php/official/article/view/76/36>.

¹² Dewi Sartika Nasution, *et al.*, *supra* catatan no. 3, pada 25.

¹³ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), *The Digital Economy*, 2012 HEARINGS JOURNAL. 122.

¹⁴ Rezmia Febrina, *Persaingan Usaha Pada Era Digital Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*, 2 JURNAL KARYA ILMIAH MULTIDISIPLIN. 121, 121 (2022).

Ekonomi digital hadir dengan berbagai teknologi yang berperan dalam mendatangkan banyak kemudahan dan juga inovasi pada proses perdagangan secara daring. Dua teknologi utama yang berpengaruh pada keberlangsungan usaha pada ekonomi digital yaitu penguasaan data dan keberadaan jaringan.¹⁵ Perusahaan yang kuat dalam penguasaan data akan mudah dalam membentuk jaringan informasi, juga sebaliknya, perusahaan yang telah menguasai jaringan informasi akan lebih mudah dalam mengumpulkan data dengan jumlah yang besar.¹⁶ Selama perkembangan ekonomi digital ini, terdapat pelaku usaha yang telah menguasai teknologi-teknologi tersebut, hal tersebut menyebabkan mereka menguasai atau bahkan mendominasi pasar digital. Beberapa pelaku usaha ini yang digunakan hampir di seluruh dunia, termasuk Indonesia, seperti Alphabet (dengan produknya seperti Google yang mendominasi pasar mesin pencarian dalam internet), Meta (dengan produknya seperti Facebook, Whatsapp, dan Instagram yang mendominasi pasar media sosial), Apple, Amazon, dan berbagai perusahaan digital raksasa lainnya.¹⁷ Pelaku usaha yang mendominasi pasar digital memegang peran penting dalam perkembangan ekonomi digital karena dengan kekuatan pasar yang dimilikinya akan menjadi sandaran bagi pelaku usaha digital lainnya di dunia digital. Pelaku usaha yang mendominasi pasar ini dilarang untuk melakukan penyalahgunaan posisi dominan yang mereka miliki untuk mencegah atau menghalangi para pelaku usaha pesaing untuk masuk ke dalam pasar dan menciptakan pasar yang bersifat anti persaingan.¹⁸ Salah satu praktek bisnis dalam ekonomi digital yang cukup kontroversial karena dapat merusak iklim persaingan usaha dalam ekonomi digital ialah praktik *self-preferencing*.

¹⁵ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Penelitian Pelaku Usaha dan Struktur Pasar Pada Sektor Ekonomi Digital* (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Ringkasan Eksekutif, 2020), pada 4.

¹⁶ *Id.*

¹⁷ Cindy Mutia Annur, *Inilah Perusahaan Digital Terbesar Dunia, Induk Google Teratas*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/23/inilah-perusahaan-digital-terbesar-dunia-induk-google-teratas> (terakhir diakses 5 Januari, 2024).

¹⁸ Organization for Economic Cooperation and Development, *Abuse of Dominance in Digital Markets*, (tersedia pada laman web resmi <https://web.archive.oecd.org/2021-10-31/566602-abuse-of-dominance-in-digital-markets-2020.pdf>), pada 7.

Hal yang perlu menjadi perhatian adalah pada penentuan pasar terkait dari pelaku usaha yang mendominasi pasar dalam ekonomi digital, mengingat kompleksitas pasar yang terbentuk pada ekonomi digital yang multi-sisi ini. Pada sebuah platform digital seperti platform *marketplace* sudah melibatkan beberapa pihak eksternal atau pihak ketiga (*third party offer*) atau *stakeholder* yang terlibat dalam suatu transaksi seperti pihak yang berjualan (*merchant*), penyedia layanan pembayaran dari berbagai bank digital, dan penyedia layanan logistik. Banyaknya pihak yang terlibat membuat subjek dan dinamika persaingan usaha menjadi semakin kompleks. Hal tersebut membuat penentuan pasar bersangkutan menjadi penting untuk dianalisis dalam menentukan apakah suatu pelaku usaha tergolong sebagai posisi dominan dalam suatu pasar yang rentan menyalahgunakan posisinya untuk melakukan praktik anti-persaingan.¹⁹ Lebih kompleksnya lagi, dalam satu platform *marketplace* juga sudah tercipta pasar-nya sendiri yang menyebabkan terciptanya sebuah ekosistem digital tersendiri bagi tiap platform digital.

Dengan tujuan untuk menganalisis praktik *self-preferencing* dalam ekonomi digital untuk perkembangan hukum persaingan usaha di Indonesia, terkhusus dalam pasar digital. Maka dari itu, Penulis mengajukan judul penelitian "***Praktik Self-preferencing dalam Ekonomi Digital Dikaji Dari Hukum Persaingan Usaha Indonesia.***"

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang akan menjadi permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Apakah praktik *self-preferencing* termasuk sebagai praktik yang mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat?
2. Bagaimana praktik negara-negara dalam menangani praktik *self-preferencing* dalam ekonomi digital?

¹⁹ Ahmad Sabirin, *Dampak Ekosistem Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) di Era Ekonomi Digital*, 02 JURNAL PERSAINGAN USAHA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS TRISAKTI. 75, 77 (2021).

3. Apakah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sudah cukup untuk menanggulangi praktik *self-preferencing* dalam pasar digital di Indonesia?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat yang ingin dicapai Penulis melalui Penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.3.1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memetakan praktik *self-preferencing* dalam perdagangan daring di platform digital dan dampaknya dalam persaingan usaha, lalu menganalisis bagaimana negara-negara menangani praktik *self-preferencing* dan mengkajinya melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 serta menemukan hambatan persaingan usaha Indonesia dalam ekonomi digital, dan mengajukan saran perbaikan terhadap regulasi persaingan usaha, terkhusus mengenai praktik *self-preferencing* dalam ekonomi digital demi terciptanya kerangka hukum persaingan usaha yang lebih baik.

1.3.2. Manfaat

Melalui penelitian ini, terdapat manfaat yang Penulis ingin capai, yaitu:

1. Manfaat subjektif: Penulis menjadi dapat mempraktikkan kemampuan melakukan analisis yuridis normatif, penafsiran terhadap Regulasi Ekonomi di Indonesia, dan melakukan legal audit mengenai regulasi ekonomi yang relevan tentang praktik *self-preferencing*.
2. Manfaat objektif: Penulis berharap hasil Penelitian ini dapat berkontribusi terhadap kemajuan ilmu hukum, terkhusus pada bidang persaingan usaha di Indonesia dan perbaikan pada regulasi ekonomi digital di Indonesia.

1.4. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah yuridis normatif, dimana artinya penelitian ini dilakukan dengan menganalisis teori, konsep, dan Undang-Undang yang relevan. Penulis memilih untuk menggunakan jenis penelitian

yuridis normatif karena meneliti apakah Hukum Persaingan Usaha di Indonesia sudah cukup mengakomodir keadaan nyata dalam ekonomi digital tentang indikasi adanya penyalahgunaan posisi dominan sebuah platform digital. Semakin beragamnya praktik persaingan usaha tidak sehat di ekonomi digital yang salah satunya adalah praktik *self-preferencing*, metode yang Penulis lakukan adalah dengan membandingkan bagaimana penegakan hukum tentang praktik *self-preferencing* di berbagai negara. Dalam melakukan penelitian ini, Penulis menggunakan data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

Penelitian ini akan didasarkan pada berbagai sumber yang dapat digunakan sebagai data sekunder, yakni berupa peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, teori hukum, serta pendapat ahli.²⁰ Sumber utama yang akan menjadi bahan kajian penulisan ini yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU 5/1999). Data sekunder yang berupa peraturan perundang-undangan yang relevan akan dikategorikan sebagai bahan hukum. Bahan hukum akan digunakan untuk mendeskripsikan praktik *self-preferencing* dan analisis dalam penelitian ini. Lebih lanjut, bahan-bahan yang akan menjadi sumber hukum untuk memperoleh data dalam pelaksanaan penelitian ini adalah:

a. Sumber Hukum Primer:

Sumber Hukum Nasional:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817) sebagaimana telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta

²⁰ *Id.*

- Kerja menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6856);
2. Peraturan Komisi Nomor 3 Tahun 2009 Tentang Pedoman Penerapan Pasal 1 Angka 10 Tentang Pasar Bersangkutan Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
 3. Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 25 Tentang Penyalahgunaan Posisi Dominan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
 4. Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 3 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 19 Huruf D (Praktek Diskriminasi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
 5. Peraturan Ketua Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 tahun 2022 Tentang Penentuan Pasar Bersangkutan.

Sumber Hukum Internasional:

Uni Eropa

1. *Treaty on the Functioning of the European Union*;
2. *Digital Markets Act Regulation 2022 (EU) 2022/1925*;

Inggris:

1. *Digital Markets, Competition, and Consumer Bill (DMCC)*.

Amerika Serikat:

1. *American Innovation and Choice Online Act (Rancangan)*.

Australia:

1. *Competition and Consumer Act 2010*.

b. Sumber Hukum Sekunder:

Dalam melengkapi, mendukung, dan menjadi dasar pemikiran penelitian ini, Penulis menggunakan sumber hukum sekunder berupa buku, *e-book*, jurnal ilmiah, dan artikel dari internet yang berkaitan

dengan hukum persaingan usaha baik di Indonesia maupun secara global, hukum persaingan usaha dalam dunia digital dan praktik *self-preferencing*.

c. Sumber Hukum Tersier:

Penulis juga menggunakan sumber hukum tersier dalam penelitian ini, yaitu kamus hukum (*law dictionary*), Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Bahasa Inggris, dan ensiklopedia yang dapat digunakan untuk memperjelas serta melengkapi bahan-bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.