

# Efektivitas UU Persaingan Usaha terhadap Pembatasan Dominasi di Era Digital

Danishel Subiran<sup>1</sup>, Marvino Nathanael Singgih<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan

<sup>1</sup> [sdanishel@gmail.com](mailto:sdanishel@gmail.com)

<sup>2</sup> [nsmarvino@gmail.com](mailto:nsmarvino@gmail.com)

## Abstract

*Antitrust Law in Indonesia aims to create a fair market and prevent monopolistic practices that harm consumers and other business actors. However, with the development of technology and the dominance of digital-based multinational companies, antitrust law challenges are growing. In the digital era, companies such as Google and Amazon capitalize on the power of data and algorithms to dominate the market, often to the disadvantage of small and medium enterprises and creating unfairness in the market. Regulations such as Law No. 5/1999 that regulate the prohibition of monopolistic practices and unfair business competition, are not fully capable of addressing the dominance of global digital companies. Therefore, updates and adjustments to antitrust regulations are needed, in order to accommodate the development of the digital industry and protect local markets. Other countries, like the EU with the Digital Markets Act (DMA) and the US with the Sherman Act, have developed more relevant regulations, which can guide Indonesia in updating its Antitrust Law. The DMA regulation, for example, focuses on limiting monopolistic practices in the digital market and requires large companies to provide access to their business users' data. On the other hand, the Sherman Act, although older, remains relevant in the effort to create a healthy market. Therefore, there is a need to update Indonesia's Antitrust Law, along with enhancing the capacity of the Competition Supervisory Commission (KPPU) to address these challenges and create a more competitive and fair market environment in the digital era.*

**Keywords:** Market Dominance; Mergers and Acquisitions; Competition Regulation; Digital Age.

## Abstrak

Hukum persaingan usaha di Indonesia bertujuan untuk menciptakan pasar yang adil dan mencegah praktik monopoli yang merugikan konsumen dan pelaku usaha lainnya. Namun, dengan berkembangnya teknologi dan dominasi perusahaan multinasional berbasis digital, tantangan hukum persaingan usaha semakin kompleks. Dalam era digital, perusahaan seperti Google dan Amazon memanfaatkan kekuatan data dan algoritma untuk menguasai pasar, seringkali merugikan usaha kecil dan menengah (UMKM) serta menciptakan ketidakadilan di pasar. Regulasi seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang mengatur larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, meskipun sudah ada, tidak sepenuhnya

mampu menangani masalah dominasi perusahaan digital berskala global. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan dan penyesuaian regulasi persaingan usaha, agar dapat mengakomodasi perkembangan industri digital dan melindungi pasar lokal. Negara-negara lain, seperti Uni Eropa dengan Digital Markets Act (DMA) dan Amerika Serikat dengan Sherman Act, telah mengembangkan regulasi yang lebih relevan untuk menghadapi dominasi perusahaan digital, yang dapat menjadi acuan bagi Indonesia dalam memperbaharui UU Persaingan Usaha. Regulasi DMA, misalnya, memfokuskan pada pembatasan praktik monopoli di pasar digital dan mengharuskan perusahaan besar untuk memberikan akses kepada data pengguna bisnis mereka. Di sisi lain, Sherman Act meskipun lebih tua, tetap relevan dalam upaya menciptakan pasar yang sehat. Oleh karena itu, perlu ada pembaharuan terhadap UU Persaingan Usaha Indonesia, serta penguatan kapasitas Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) untuk menanggulangi tantangan ini dan menciptakan ekosistem pasar yang lebih kompetitif dan adil di era digital.

**Kata Kunci:** Dominasi Pasar; Penggabungan dan Akuisisi; UU Persaingan Usaha; Era Digital.

## A. Pendahuluan

Menurut Prof. Dr. Hermansyah, S.H., M.H. hukum persaingan usaha atau hukum *antitrust* adalah seperangkat aturan hukum yang mengatur mengenai segala aspek yang berkaitan dengan persaingan usaha, yang mencakup hal-hal yang boleh dilakukan dan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.<sup>1</sup>

Hukum antitrust memegang dua peran utama dalam menjaga persaingan yang sehat di pasar, yaitu sebagai regulator dan adjudikator. Dalam perannya sebagai regulator, hukum antitrust bertugas menetapkan aturan sekaligus mengawasi perilaku pelaku usaha agar tidak terjadi dominasi pasar yang tidak wajar. Aturan ini berfungsi sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas usaha agar kompetisi tetap berlangsung secara adil dan setara. Sementara itu, sebagai adjudikator, hukum *antitrust* memiliki wewenang untuk menindak setiap pelanggaran terhadap prinsip-prinsip persaingan yang sehat. Penegakan hukum dilakukan melalui pemberian sanksi, baik berupa denda administratif maupun hukuman pidana, terhadap pelaku usaha yang terbukti melakukan praktik-praktik yang merugikan pasar dan konsumen.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, ed. 1, cet. 1 (Jakarta: Prenada Media, 2008)

<sup>2</sup> Susanti, "Antitrust Law: Salah Satu Bentuk Kontrol dalam Upaya Menciptakan Dunia Usaha yang Sehat dan

Praktik monopoli dan bentuk-bentuk persaingan usaha yang tidak sehat memberikan dampak negatif yang serius bagi perekonomian. Ketika satu atau sekelompok pelaku usaha menguasai pasar, mereka memiliki kekuasaan yang besar untuk menentukan harga maupun kualitas produk tanpa adanya tekanan dari pesaing. Hal ini dapat mengakibatkan kenaikan harga, penurunan kualitas barang dan jasa, serta terhambatnya inovasi. Dalam situasi seperti ini, konsumen dirugikan karena kehilangan pilihan dan harus menerima kondisi pasar yang tidak kompetitif. Dengan demikian, keberadaan hukum *antitrust* menjadi penting sebagai alat untuk menjaga dinamika pasar yang sehat, mendorong inovasi, dan memastikan perlindungan terhadap hak konsumen.<sup>3</sup>

Dalam era digital saat ini, tantangan terhadap hukum persaingan usaha semakin kompleks, terutama dengan munculnya dominasi *Multinational Company* ("MNC") seperti *Google* dan *Amazon*, berbasis teknologi yang mampu menguasai pasar secara global melalui kekuatan data dan algoritma. MNC adalah entitas bisnis yang memiliki kantor pusat di satu negara dan beroperasi di berbagai negara lain. Peran penting MNC dalam ekonomi global terlihat dari kehadirannya sebagai pemimpin di berbagai sektor industri, seperti makanan, elektronik, otomotif, dan farmasi, termasuk di Indonesia. Ciri utama yang membedakan MNC dari perusahaan domestik adalah memiliki manajemen yang terpusat, strategi dan merek yang diterapkan secara global, serta operasi di banyak negara. Keuntungan yang ditawarkan oleh perusahaan multinasional antara lain akses ke pasar yang lebih luas, sumber daya yang lebih besar, teknologi canggih, serta penyediaan tenaga kerja terampil.<sup>4</sup> MNC juga memperkenalkan merek-merek global yang mendunia. Namun, meskipun memberikan manfaat, MNC tidak terlepas dari sejumlah dampak negatif. Praktik bisnis mereka kadang memicu konflik sosial, merusak budaya lokal, dan mencemari

---

Beradab (Perbandingan Lahirnya Antitrust Law di Amerika dan Indonesia)," Qistie 4 (2009), <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/QISTIE/article/view/585>.

<sup>3</sup> Evi Kongres et al., "Protecting Consumers Against Defamation Claims: The Role of Common Interest in Product Reviews," *Khazanah Hukum* 6, no. 3 (2024): 294–310.

<sup>4</sup> Claresta Devina Sugianto, Fajar; Indradewi A, Astrid; Valencia, "BETWEEN VALUATION AND MONETIZATION OF EFFICIENCY IN ECONOMIC ANALYSIS OF LAW : IS IT POSSIBLE ?," *Journal of International Trade, Logistics and Law* 10, no. 1 (2024): 286–294.

lingkungan. Selain itu, beberapa perusahaan multinasional juga sering terlibat dalam kontroversi, seperti eksploitasi pekerja atau dukungan terhadap negara-negara tertentu yang memicu boikot produk mereka. Meskipun mereka menyumbang lapangan kerja di negara-negara tempat mereka beroperasi, kehadiran mereka sering kali mengeksploitasi sumber daya lokal tanpa kontribusi yang signifikan terhadap pasar modal domestik.<sup>5</sup>

Sedasar dengan uraian latar belakang masalah tersebut, fokus penelitian diarahkan untuk menjawab isu hukum: bagaimana penerapan hukum *antitrust* di Indonesia terhadap dominasi perusahaan digital?

## B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan ini dilakukan melalui studi pustaka terhadap peraturan perundang-undangan yang relevan seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha yang Tidak Sehat, serta sumber-sumber sekunder seperti jurnal hukum, dokumen kebijakan, dan putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang berkaitan dengan dominasi pelaku usaha di era digital. Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis dengan mengkaji efektivitas norma hukum dalam mengatur praktik persaingan di ranah digital termasuk dalam menghadapi tantangan dominasi oleh pelaku usaha berbasis platform digital.

## C. Hasil dan Pembahasan

### C.1 Kerangka Hukum *Antitrust* di Indonesia dan Relevansinya dalam Era Digital

Hukum *antitrust* di Indonesia diatur melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ("**UU Persaingan Usaha**"). Undang-undang ini memiliki ruang lingkup yang luas, termasuk larangan terhadap berbagai bentuk perjanjian usaha seperti kartel,

---

<sup>5</sup> Muhammad Arif Izzudin, "Pengertian & Contoh Perusahaan Multinasional di Indonesia," InvestasiKu, 24 Oktober 2024, <https://www.investasiku.id/eduvest/bisnis/daftar-perusahaan-multinasional-di-indonesia>

pembagian wilayah pasar, penetapan harga, boikot, hingga bentuk kerjasama eksklusif.<sup>6</sup> Selain itu, UU ini juga mengatur larangan atas tindakan seperti praktik monopoli, penguasaan pasar secara tidak adil, dan persekongkolan. Pelaksanaan regulasi ini diawasi oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (“KPPU”), lembaga independen yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden.<sup>7</sup>

KPPU sendiri memiliki mandat untuk memastikan bahwa persaingan usaha berjalan secara adil, dan bahwa tidak ada entitas yang mendominasi pasar secara tidak sehat. UU Persaingan Usaha menetapkan kewenangan yang dimiliki oleh KPPU, yang dijabarkan secara rinci dalam Pasal 36. Berdasarkan Pasal 36 UU Persaingan Usaha, kewenangan KPPU dibagi menjadi tiga kategori utama. Pertama, kewenangan dalam tahap penyelidikan yang diatur dalam huruf a hingga d, yang mencakup penerimaan laporan dari masyarakat atau pelaku usaha mengenai dugaan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. KPPU berhak melakukan penelitian terhadap dugaan tersebut untuk menentukan apakah ada pelanggaran yang terjadi. Setelah itu, KPPU dapat melakukan penyelidikan lebih lanjut dan memeriksa bukti-bukti yang ada untuk mengambil kesimpulan mengenai pelanggaran yang terjadi. Kewenangan kedua adalah kewenangan penuntutan, yang diatur dalam huruf e sampai i, di mana KPPU dapat memanggil pelaku usaha yang diduga melanggar, meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pihak yang tidak kooperatif, serta melakukan pemeriksaan terhadap saksi dan dokumen yang relevan. Kewenangan ketiga adalah kewenangan quasi-yudisial, yang memberikan KPPU hak untuk menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan yang berlaku. Sanksi ini bisa berupa denda, perintah untuk membatalkan perjanjian yang melanggar, atau tindakan lain yang dianggap perlu untuk mengembalikan keadaan pasar ke kondisi yang sehat.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Fajar Sugianto, “ECONOMIC ANALYSIS OF CONTRACT LAW : HOW THE EYES OF ECONOMICS WORK WHILE DELIVERING JUSTICE WITH UNPREJUDICED HANDS OF EXISTING INDONESIAN CONTRACT LAW Fajar SUGIANTO Keywords : 3 . Common Dimensions of Law and Economics in Contract Law,” *Journal of International T* 11, no. 1 (2025): 51–60, [https://www.jital.org/index.php/jital/article/view/555/pdf\\_295](https://www.jital.org/index.php/jital/article/view/555/pdf_295).

<sup>7</sup> Rumadi Ahmad et al., *Fikih Persaingan Usaha* (Jakarta: Lakpesdam PBNU bekerja sama dengan KPPU, 2019)

<sup>8</sup> J. A. Paparang, "Tugas dan Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Penanganan Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999," *LEX PRIVATUM*

Salah satu hal yang menonjol dari kewenangan KPPU adalah kemampuannya untuk memutus perkara dan menjatuhkan sanksi kepada pelaku usaha. Kewenangan ini bersifat istimewa karena tidak dimiliki oleh lembaga independen lainnya. Menurut Jimly Asshiddiqie, secara hakikatnya KPPU dapat dipandang sebagai lembaga peradilan dalam arti luas, atau paling tidak sebagai lembaga semi-peradilan. Dari segi fungsi, KPPU lebih dekat dengan peradilan tata usaha negara karena beroperasi dalam ranah administratif. Namun, jika ditinjau dari jenis sengketa yang ditanganinya yang berkaitan dengan hak-hak pelaku usaha KPPU juga dapat diposisikan dalam lingkup peradilan umum.<sup>9</sup>

Pembentukan UU Persaingan Usaha bertujuan untuk menciptakan pasar yang adil dan kompetitif, serta melindungi konsumen dari praktik monopoli dan persaingan usaha yang merugikan. Undang-undang ini relevan untuk mengatasi dominasi pasar oleh perusahaan besar atau praktik monopoli yang dapat merugikan masyarakat, serta memastikan persaingan dalam ekonomi tetap sehat. Kemajuan teknologi informasi mendorong hal ini menjadi semakin penting karena MNC dapat dengan mudah menghambat inovasi, memaksakan harga tinggi, atau menghalangi akses ke pasar. UU ini hadir untuk mencegah semua praktik tersebut, memastikan MNC tidak menyalahgunakan posisinya di pasar digital.

Regulasi ini juga bertujuan melindungi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ("UMKM") dari ketidakadilan persaingan, memberikan kesempatan bagi mereka untuk berkembang tanpa adanya hambatan dari dominasi perusahaan besar. Dalam konteks global, undang-undang ini juga penting untuk melindungi ekonomi domestik dari dampak negatif dominasi perusahaan asing, serta mendorong inovasi yang berkelanjutan. Dengan demikian, UU ini tidak hanya menjaga keseimbangan pasar, tetapi juga memberikan perlindungan yang lebih baik bagi para konsumen dan pelaku usaha di sektor digital.

Pembahasan mengenai dampak platform digital terhadap ekonomi lokal

---

(2019), <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/28506>.

<sup>9</sup>Muh. Risnain, "Eksistensi Lembaga Quasi Judisial dalam Sistem Kekuasaan Kehakiman di Indonesia: Kajian Terhadap Komisi Pengawas Persaingan Usaha," *Jurnal Hukum dan Peradilan* 3, no. 1 (2014)

semakin ramai, dengan dorongan kuat untuk regulasi yang lebih ketat guna menjaga persaingan yang adil. Perusahaan teknologi besar seperti *Google*, memiliki pengaruh besar dalam pasar pencarian internet dan periklanan digital, yang memberikan dampak signifikan terhadap UMKM di Indonesia. Meskipun platform-platform ini membuka peluang besar bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka, algoritma yang lebih menguntungkan perusahaan besar sering kali membuat UMKM kesulitan bersaing. Praktik seperti yang dilakukan *Google*, yang lebih mengutamakan iklan mereka sendiri, telah mendapat kritik internasional sebagai bentuk monopoli yang mengurangi daya saing bisnis kecil, terutama yang bergantung pada visibilitas *online*. Ketidakseimbangan ini semakin nyata dengan dominasi perusahaan multinasional yang tidak hanya berisiko menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat, tetapi juga menambah kompleksitas persaingan antara industri digital dan konvensional. Jika regulasi yang ada tidak dapat mengatur dengan baik, hal ini bisa memperburuk ketidakseimbangan pasar, menghambat inovasi, dan merugikan pelaku usaha lokal. Oleh karena itu, penting bagi Indonesia untuk segera memperbarui regulasi terkait persaingan usaha dalam sektor digital agar tetap dapat menciptakan ekosistem pasar yang adil dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif.<sup>10</sup>

*Merger* dan akuisisi merupakan strategi korporasi yang lazim digunakan untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan sinergi antar unit bisnis.<sup>11</sup> *Merger* berarti penggabungan dua perusahaan menjadi satu entitas baru, dengan menggabungkan seluruh aset dan kewajiban. Sementara itu, akuisisi adalah proses pengambilalihan kendali atas suatu perusahaan melalui pembelian mayoritas sahamnya. Namun, dalam pelaksanaannya, pelaku usaha wajib memperhatikan aspek persaingan usaha. Berdasarkan UU Persaingan Usaha, Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2010 tentang Penggabungan Atau Peleburan Badan Usaha dan Pengambilan

---

<sup>10</sup> Syah Ezra Haganta Purba, "Penerapan Hukum Antimonopoli untuk Mengatasi Masalah Persaingan yang Tidak Sehat dalam Ekonomi Digital," *Darma Agung* 32, no. 2 (April 2024): 1081-1087, <https://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v32i2.4224>.

<sup>11</sup> Fajar Sugianto, "Efisiensi Ekonomi Sebagai Remedy Hukum," *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 8, no. 1 (2014): 61-72.

Saham Perusahaan yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, *merger* atau akuisisi yang berpotensi menciptakan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat dilarang. Jika terbukti melanggar, KPPU berwenang membatalkan transaksi tersebut dan menjatuhkan sanksi berupa denda antara Rp25 miliar hingga Rp100 miliar, atau kurungan pengganti denda maksimal enam bulan. Selain itu, Mandatory Post Notification mewajibkan perusahaan yang hasil *merger* atau akuisisinya memiliki aset gabungan minimal Rp2,5 triliun (atau Rp20 triliun untuk sektor perbankan) dan penjualan gabungan Rp5 triliun untuk melaporkan transaksi tersebut ke KPPU paling lambat 30 hari kerja setelah efektif. Keterlambatan dikenai denda administratif Rp1 miliar per hari, maksimal Rp25 miliar. Pelaku usaha juga dapat berkonsultasi dengan KPPU sebelum transaksi melalui mekanisme Voluntary Notification, terutama jika terdapat keraguan apakah hasil penggabungan menimbulkan posisi dominan di pasar. Menurut Kuntum Apriella Irdam (partner firma hukum), penghitungan aset dalam *merger* mencakup juga perusahaan induk, sehingga nilainya bisa sangat besar. Oleh karena itu, konsultasi ke KPPU menjadi langkah strategis bila ada ketidakpastian terkait dampak persaingan.<sup>12</sup>

*Merger* dan akuisisi dapat menimbulkan potensi persaingan usaha yang tidak sehat apabila menghasilkan penguasaan pasar yang terlalu besar oleh satu entitas. Salah satu contoh yang sering menjadi sorotan adalah penggabungan antara Gojek dan Tokopedia menjadi GoTo, di mana perusahaan hasil *merger* ini beroperasi secara luas di berbagai sektor strategis dalam ekosistem digital, seperti transportasi online, e-commerce, dan layanan keuangan. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai dampaknya terhadap struktur pasar dan persaingan usaha di Indonesia.

Pada 17 Mei 2021, dua aplikasi besar karya anak bangsa, Gojek dan Tokopedia, resmi bergabung melalui proses *merger*, menciptakan entitas baru bernama PT GoTo Gojek Tokopedia. Sebelumnya, Tokopedia beroperasi sebagai marketplace untuk

---

<sup>12</sup> Fitri Novia Heriani, "Merger dan Akuisisi Wajib Perhatikan Aspek Persaingan Usaha," *Hukumonline*, 27 Oktober 2022, <https://www.hukumonline.com/berita/a/merger-dan-akuisisi-wajib-perhatikan-aspek-persaingan-usaha-lt635a51b9da76f/>

membantu UMKM memasarkan produk secara digital, sementara Gojek berfokus pada pemecahan masalah kemacetan dengan menyediakan layanan transportasi motor, pengiriman barang, dan pemesanan makanan.<sup>13</sup>

*Merger* ini tidak hanya menggabungkan dua perusahaan besar, tetapi juga menyatukan dua solusi besar untuk masalah yang dihadapi masyarakat Indonesia. Tokopedia yang hadir untuk membantu UMKM dengan slogan "Mulai Aja Dulu" dan Gojek yang berkomitmen dengan "Pasti Ada Jalan" menunjukkan visi mereka untuk memberikan kemudahan dan solusi untuk masalah sehari-hari. Dengan bergabungnya keduanya, semangat mereka untuk mencoba hal baru dan mencari solusi lebih luas semakin diperkuat, melalui slogan "*Go Far, Go Together,*" yang menggambarkan kolaborasi untuk mencapai lebih banyak kemudahan bagi masyarakat.<sup>14</sup>

GoTo merupakan hasil *merger* antara Gojek dan Tokopedia, yang berpotensi menciptakan *trust*. *Trust* di sini merujuk pada penggabungan entitas bisnis untuk membentuk perusahaan besar yang dapat mendominasi pasar. Hal ini terkait dengan UU Persaingan Usaha, yang melarang praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Pasal 12 UU ini melarang pembentukan gabungan perusahaan yang dapat mengontrol produksi dan pemasaran barang atau jasa hingga menciptakan dominasi pasar yang merugikan kompetisi. Meskipun GoTo memperbesar valuasi dan memperkuat posisi pasar kedua perusahaan, ada banyak kompetitor yang tetap ada, seperti Grab di sektor *ride-hailing* dan Bukalapak di sektor *e-commerce*. Hal ini mencegah GoTo menjadi perusahaan yang mendominasi pasar secara total. Berdasarkan ketentuan Pasal 12, GoTo tidak memenuhi semua unsur yang diperlukan untuk dianggap sebagai *trust*. Oleh karena itu, pembentukan GoTo tidak melanggar aturan tentang monopoli. Namun, jika suatu saat terbukti melanggar, KPPU dapat memberikan sanksi berupa denda atau pembatalan *merger* sesuai ketentuan yang

---

<sup>13</sup> Tempo.co, "Kilas Balik Merger Gojek dan Tokopedia Menjadi GoTo," Tempo.co, 17 Mei 2021, <https://www.tempo.co/ekonomi/kilas-balik-merger-gojek-dan-tokopedia-menjadi-goto-178728>.

<sup>14</sup> Fia Malika Sabrina, "Belajar dari Merger Gojek-Tokopedia," DJKN Kanwil Sumatera Utara, 17 Juni 2021, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sumut/baca-artikel/13955/Belajar-dari-Merger-Gojek-Tokopedia.html>.

---

berlaku.<sup>15</sup>

Pembentukan GoTo sebagai hasil *merger* Gojek dan Tokopedia berpotensi memunculkan isu antitrust di era digital, karena dapat memperkuat dominasi pasar di sektor *e-commerce* dan layanan *ride-hailing*. Namun, potensi monopoli belum terbukti, meskipun tetap harus diawasi untuk menjaga persaingan usaha yang sehat.

## C2 Perbandingan Internasional dan Rekomendasi Perbaikan Regulasi

### C2.1 Tinjauan atas Digital Markets Act dan Sherman Act

Dalam peraturan mengenai monopoli, Indonesia bukanlah salah satunya negara yang memiliki regulasi mengenai regulasi anti-monopoli, dalam ranah internasional terdapat 2 regulasi yang dikenal luas sebagai salah satu regulasi anti-monopoli yang cukup banyak digunakan oleh negara-negara yaitu Digital Markets Act (“DMA”) dan Sherman Act. Digital Markets Act merupakan regulasi yang dibentuk oleh Uni Eropa pada 1 November 2022<sup>16</sup>. Regulasi DMA memiliki tujuan utama untuk secara khusus menciptakan sebuah suasana dan kondisi pasar digital Uni Eropa yang adil dan memiliki persaingan usaha yang sehat bagi semua kompetitor yang bersaing di dalamnya. Beberapa poin penting dalam regulasi DMA ini adalah mereka memiliki beberapa pengaturan khusus yang menarik sebagai upaya mereka untuk dapat membatasi praktik monopoli dan menciptakan sebuah persaingan usaha digital yang sehat, seperti contohnya:

- Perusahaan harus memberikan akses kepada pengguna bisnis mengenai data mereka, pengaturan ini dibentuk oleh DMA dengan tujuan untuk mencegah terjadinya sebuah dominasi para perusahaan terhadap aplikasinya sendiri.
- DMA hanya berlaku bagi perusahaan yang memiliki kapital pasar sebesar lebih dari 75 miliar euro, pendapatan tahunan 7,5 miliar euro, dan memiliki pengguna sebanyak 45 juta pengguna per bulan, sehingga regulasi DMA

---

<sup>15</sup> Langga Populinanda dan I Ketut Sudiarta, "Indikasi Trust PT GoTo Gojek - Tokopedia Ditinjau dari UU Nomor 5 Tahun 1999," *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 10, no. 10 (2022): 1045–1060,

<sup>16</sup>European Commission, “The Digital Markets Act”, 2025, [https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index\\_en](https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en)

hanya berlaku bagi perusahaan-perusahaan yang memenuhi syarat-syarat yang telah diatur dalam DMA.

- Jika perusahaan melanggar ketentuan yang ada di dalam DMA, maka mereka akan dikenakan denda sebesar 10% dari pendapatan global mereka<sup>17</sup>

Seperti yang diketahui, DMA sendiri dirancang untuk membatasi dominasi digital yang dapat dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar, maka DMA memiliki 8 target utama untuk dapat menerapkan dan menciptakan sebuah persaingan usaha digital yang sehat di Uni Eropa, 8 target utama tersebut adalah

- Mesin pencari digital
- Layanan digital
- Media sosial
- Platform video
- Platform komunikasi
- Platform iklan
- Sistem operasi
- Dan layanan cloud.

Dengan 8 target utama yang diutamakan oleh DMA, secara tidak langsung DMA telah menargetkan regulasi ini kepada pesaing usaha yang besar dan masif yang bergerak dibidang digital seperti perusahaan *Big Tech* yang produknya sering kita kenal seperti Google, Apple, Youtube, Instagram, Twitter, dan aplikasi atau layanan yang lainnya. Penerapan regulasi DMA ini telah membuahkan hasil yang positif bagi perusahaan-perusahaan, dan juga diwaktu yang bersamaan mengurangi efek dominasi para perusahaan-perusahaan besar yang sejak lama telah mendominasi pasar digital, seperti contoh Aloha Browser telah berhasil mencatatkan peningkatan pengguna mereka sebesar 250%<sup>18</sup>. Contoh lain dan konkrit dari penerapannya DMA adalah Apple didenda sebesar 500 juta euro karena telah terbukti melakukan

---

<sup>17</sup>DW, “Uni Eropa Putuskan UU Pasar Digital DMA”, 25 Maret 2022, <https://www.dw.com/id/uni-eropa-sepakati-uu-pasar-digital/a-61255965>

<sup>18</sup> Aloha Browser, “Aloha Browser Sees Significant Growth in EU Since DMA Implementation”, 4 Maret 2024, [https://alohabrowser.com/posts-aloha-browser-growing-in-the-eu-after-dma-launch#:~:text=Privacy%2Dfirst%20Aloha%20Browser%20reports,\(DMA\)%20came%20into%20force.&text=Consumers%20who%20downloaded%20Aloha%20from,loyal%20as%20other%20organic%20users.](https://alohabrowser.com/posts-aloha-browser-growing-in-the-eu-after-dma-launch#:~:text=Privacy%2Dfirst%20Aloha%20Browser%20reports,(DMA)%20came%20into%20force.&text=Consumers%20who%20downloaded%20Aloha%20from,loyal%20as%20other%20organic%20users.)

pembatasan pengembangan aplikasi untuk dapat mengalihkan aplikasi mereka diluar *App Store* milik Apple<sup>19</sup>. Dari data-data tersebut, ini menunjukkan bahwa penerapan regulasi anti monopoli milik Uni Eropa yaitu DMA telah membuahkan hasil yang positif dan telah terbukti dapat membatasi dominasi digital perusahaan-perusahaan besar, dan diwaktu yang bersamaan membantu perusahaan lain untuk berkembang dan berkompetisi secara sehat di pasar digital.

*Sherman Act* merupakan sebuah regulasi anti monopoli yang dibentuk dan diciptakan oleh Amerika Serikat, tujuan dari peraturan ini kurang lebih dapat disamakan dengan UU Persaingan Usaha, dimana tujuan dari kedua peraturan ini sama, untuk menciptakan sebuah iklim persaingan usaha yang sehat dan mencegah terjadinya praktik monopoli yang dapat merugikan pelaku usaha yang ada di pasar tersebut.<sup>20</sup> Peraturan *Sherman Act* ini berbeda dengan DMA yaitu peraturan yang baru dan menyesuaikan dengan kondisi dan situasi zaman, *Sherman Act* merupakan peraturan yang sudah dibentuk dari 2 Juli 1890. Jika kita merujuk pada UU Persaingan Usaha yang dimiliki Indonesia, peraturan tersebut sudah tergolong sebagai peraturan yang lawas dan konvensional, dimana peraturan tersebut sudah tidak dapat menyesuaikan dengan kecepatan perkembangan zaman dan pasar sekarang dimana pasar sekarang lebih memanfaatkan dan menggunakan fasilitas teknologi digital untuk perusahaan mereka, mengenal bahwa peraturan UU Persaingan Usaha sudah ada sejak tahun 1999, namun tidak mengalami perubahan untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman, maka UU Persaingan Usaha bisa dianggap sebagai produk hukum yang tidak dapat secara efektif membatasi praktik monopoli dan dominasi digital yang ada di Indonesia. Namun, apakah hal yang sama berlaku pada *Sherman Act*? Apakah dengan peraturan yang dibentuk pada tahun 1890 ini dapat mengakomodir dan mencegah terjadinya sebuah dominasi oleh perusahaan-perusahaan digital MNC? Jawabannya tidak, namun *Sherman Act* sendiri tidak

---

<sup>19</sup> Marcus Spencer, "Apple EU Antitrust Fine: Explained | VBM", 27 April 2025, <https://medium.com/vertical-bar-media/apple-eu-antitrust-fine-explained-vbm-1d304557c970#:~:text=The%20European%20Commission%20fined%20Apple,data%2Dintensive%20service%20to%20users.>

<sup>20</sup> Fajar Sugianto and Tomy Saragih, "Intercalating Law As a Tool To Promote Economic Efficiency in Indonesia," *Arena Hukum* 6, no. 2 (2013): 152–167.

berdiri sendiri, regulasi Sherman Act juga didukung oleh hadirnya *Department Of Justice, Federal Trade Commission*, dan Clayton Antitrust Act. Maka walaupun Sherman Act merupakan regulasi yang sudah lama hadir, ia tetap didampingi oleh regulasi-regulasi dan lembaga-lembaga lain yang mendukung Sherman Act itu sendiri

## C2.2 Urgensi Pembaharuan hukum nasional dan penguatan kapasitas KPPU

Urgensi mengenai pembaharuan regulasi UU Persaingan Usaha sendiri telah diusulkan oleh KPPU dimana Ketua KPPU M. Fanshurullah mendorong DPR untuk melakukan perubahan terhadap UU Persaingan Usaha. Perubahan terhadap UU Persaingan Usaha sebenarnya pernah dilakukan dalam Undang-Undang Ciptaker (**"UU Ciptaker"**), namun perubahan yang dilakukan dalam UU Ciptaker terhadap UU Persaingan Usaha hanya sebatas merubah besaran denda, ketentuan pidana, dan proses putusan KPPU<sup>21</sup>, namun perubahan tersebut sejatinya belum dapat menciptakan sebuah iklim persaingan usaha digital yang sehat, adil, dan kompetitif. Jika kita merujuk pada Pasal 1 ayat 5 UU Persaingan Usaha yang menyatakan bahwa *"Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi"*.<sup>21</sup> dimana jika kita melihat dari pasal ini sendiri sudah jelas bahwa UU Persaingan Usaha ini hanya ditujukan kepada pelaku usaha yang didirikan dan kegiatan usaha di Indonesia, sedangkan perlu diingat bahwa di dalam Indonesia sekarang terdapat banyak sekali perusahaan digital yang berdomisili di luar Indonesia. Maka diperlukannya sebuah revisi atas UU Persaingan Usaha yang dapat mengakomodir dan menjawab permasalahan ketentuan UU Persaingan Usaha yang berlaku hanya bagi pelaku usaha yang melakukan kegiatan di Indonesia, dan permasalahan mengenai dominasi digital MNC. UU Persaingan Usaha sendiri dapat melihat referensi contoh dari

---

<sup>21</sup> Fitri Novia, "KPPU Usul Amandemen UU Persaingan Usaha Segera Dibahas DPR", 10 Juni 2024, <https://www.hukumonline.com/berita/a/kppu-usul-amandemen-uu-persaingan-usaha-segera-dibahas-dpr-lt6666692e72aa5/>

regulasi digital persaingan usaha seperti DMA, dimana mereka telah terbukti dapat membatasi dominasi MNC dan juga menciptakan sebuah pasar yang ideal, sehat, berlaku bagi semua pelaku usaha yang menjalankan kegiatan usaha apapun di Indonesia, dan kompetitif.<sup>22</sup> Maka dengan hadirnya bukti dan contoh yang kuat, regulasi UU Persaingan Usaha dapat merevisi/menciptakan sebuah regulasi baru mengenai UU Persaingan Usaha yang khusus sektor digital.<sup>23</sup> Dengan hadirnya pembaharuan regulasi ini, hal ini akan meningkatkan dan menciptakan sebuah iklim persaingan usaha digital yang sehat dan adil bagi semua pelaku usaha yang bergerak di bidang digital.

Dengan adanya urgensi untuk membaharui regulasi UU Persaingan Usaha, maka perubahan ini harus diiringi dengan penguatan kapasitas KPPU itu sendiri, mengingat bahwa fungsi KPPU sendiri adalah untuk mengawasi pasar untuk mencegah terjadinya suatu praktek monopoli maupun dominasi yang dapat dilakukan oleh digital MNC, maka dengan hadirnya perubahan regulasi terhadap UU Persaingan Usaha, hal ini pun harus diseimbangkan dengan adanya sebuah penguatan dari lembaga KPPU untuk dapat menyesuaikan dan memastikan perubahan dari UU Persaingan Usaha dapat berjalan secara efektif dan komprehensif.

#### D. Kesimpulan

UU Persaingan Usaha belum sepenuhnya efektif dalam merespons dominasi usaha di era digital. Regulasi ini belum dapat mengantisipasi praktik-praktik baru yang muncul seperti *self-prefrencing*, penguasaan data, dan ketergantungan terhadap ekosistem digital yang dilakukan oleh platform besar. Hal ini menciptakan celah hukum yang dapat dimanfaatkan tanpa melanggar aturan secara eksplisit. Oleh karena itu, pembaruan regulasi dan penguatan kapasitas KPPU menjadi penting untuk menjaga iklim persaingan yang sehat dan adil di ruang digital.

---

<sup>22</sup> Laurenzia Luna Fajar Sugianto, Yuber Lago, "STATE LAW, INTEGRAL ECONOMIC JUSTICE, AND BETTER REGULATORY PRACTICES: PROMOTING ECONOMIC EFFICIENCY IN INDONESIA," *Global Legal Review* 3, no. 2 (2023): 91–108.

<sup>23</sup> Astrid Athina Indradewi and Fajar Sugianto, "Peran Dan Manfaat Arbitrase Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Ditinjau Dari Perspektif Pelaku Usaha," *Jurnal Hukum dan Sosial Politik* 2, no. 2 SE-Articles (February 13, 2024): 85–95, <https://ifrelresearch.org/index.php/jhsp-widyakarya/article/view/2798>.

## Daftar Pustaka

- Ahmad, Rumadi, et al. *Fikih Persaingan Usaha*. Jakarta: Lakpesdam PBNU bekerja sama dengan KPPU, 2019.
- Haganta Purba, Syah Ezra. "Penerapan Hukum Antimonopoli untuk Mengatasi Masalah Persaingan yang Tidak Sehat dalam Ekonomi Digital." *Darma Agung* 32, no. 2 (April 2024): 1081-1087.  
<https://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v32i2.4224>.
- Heriani, Fitri Novia. "Merger dan Akuisisi Wajib Perhatikan Aspek Persaingan Usaha." *Hukumonline*, 27 Oktober 2022.  
<https://www.hukumonline.com/berita/a/merger-dan-akuisisi-wajib-perhatikan-aspek-persaingan-usaha-lt635a51b9da76f/>
- Hermansyah. *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Edisi 1, cetakan 1. Jakarta: Prenada Media, 2008.
- Izzudin, Muhammad Arif. "Pengertian & Contoh Perusahaan Multinasional di Indonesia." *InvestasiKu*, 24 Oktober 2024.  
<https://www.investasiku.id/eduvest/bisnis/daftar-perusahaan-multinasional-di-indonesia>
- Populinanda, Langga, dan I Ketut Sudiarta. "Indikasi Trust PT GoTo Gojek - Tokopedia Ditinjau dari UU Nomor 5 Tahun 1999." *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 10, no. 10 (2022): 1045-1060.
- Purba, Syah Ezra Haganta. "Penerapan Hukum Antimonopoli untuk Mengatasi Masalah Persaingan yang Tidak Sehat dalam Ekonomi Digital." *Darma Agung* 32, no. 2 (April 2024): 1081-1087.  
<https://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v32i2.4224>.
- Risnain, Muh. "Eksistensi Lembaga Quasi Judisial dalam Sistem Kekuasaan Kehakiman di Indonesia: Kajian Terhadap Komisi Pengawas Persaingan Usaha." *Jurnal Hukum dan Peradilan* 3, no. 1 (Maret 2014)
- Sabrina, Fia Malika. "Belajar dari Merger Gojek-Tokopedia." *DJKN Kanwil Sumatera Utara*, 17 Juni 2021. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sumut/baca-artikel/13955/Belajar-dari-Merger-Gojek-Tokopedia.html>.
- Susanti, Dyah Ochtorina. "Antitrust Law: Salah Satu Bentuk Kontrol dalam Upaya Menciptakan Dunia Usaha yang Sehat dan Beradab (Perbandingan Lahirnya Antitrust Law di Amerika dan Indonesia)." *Qistie* 4 (2009)  
<https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/QISTIE/article/view/585>.
- Tempo.co. "Kilas Balik Merger Gojek dan Tokopedia Menjadi GoTo." *Tempo.co*, 17 Mei 2021. <https://www.tempo.co/ekonomi/kilas-balik-merger-gojek-dan-tokopedia-menjadi-goto-178728>.
- European Commission, "The Digital Markets Act", 2025, [https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index\\_en](https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en)
- DW, "Uni Eropa Putuskan UU Pasar Digital DMA", 25 Maret 2022, <https://www.dw.com/id/uni-eropa-sepakati-uu-pasar-digital/a-61255965>
- Aloha Browser, "Aloha Browser Sees Significant Growth in EU Since DMA Implementation", 4 Maret 2024, <https://alohabrowser.com/posts-aloha>

[browser-growing-in-the-eu-after-dma-launch#:~:text=Privacy%2Dfirst%20Aloha%20Browser%20reports,\(DMA\)%20came%20into%20force.&text=Consumers%20who%20downloaded%20Aloha%20from,loyal%20as%20other%20organic%20users.](#)

- Fitri Novia, "KPPU Usul Amandemen UU Persaingan Usaha Segera Dibahas DPR", 10 Juni 2024, <https://www.hukumonline.com/berita/a/kppu-usul-amandemen-uu-persaingan-usaha-segera-dibahas-dpr-lt6666692e72aa5/>
- Marcus Spencer, "Apple EU Antitrust Fine: Explained | VBM", 27 April 2025, <https://medium.com/vertical-bar-media/apple-eu-antitrust-fine-explained-vbm-1d304557c970#:~:text=The%20European%20Commission%20fined%20Apple,d%20intensive%20service%20to%20users.>
- Fajar Sugianto, Yuber Lago, Laurenzia Luna. "STATE LAW, INTEGRAL ECONOMIC JUSTICE, AND BETTER REGULATORY PRACTICES: PROMOTING ECONOMIC EFFICIENCY IN INDONESIA." *Global Legal Review* 3, no. 2 (2023): 91-108.
- Indradewi, Astrid Athina, and Fajar Sugianto. "Peran Dan Manfaat Arbitrase Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Ditinjau Dari Perspektif Pelaku Usaha." *Jurnal Hukum dan Sosial Politik* 2, no. 2 SE-Articles (February 13, 2024): 85-95. <https://ifrelresearch.org/index.php/jhsp-widyakarya/article/view/2798>.
- Kongres, Evi, Fajar Sugianto, Erny Herlin Setyorini, Bariyima Sylvester Kokpan, and Sheng Zhang. "Protecting Consumers Against Defamation Claims: The Role of Common Interest in Product Reviews." *Khazanah Hukum* 6, no. 3 (2024): 294-310.
- Sugianto, Fajar. "ECONOMIC ANALYSIS OF CONTRACT LAW : HOW THE EYES OF ECONOMICS WORK WHILE DELIVERING JUSTICE WITH UNPREJUDICED HANDS OF EXISTING INDONESIAN CONTRACT LAW Fajar SUGIANTO Keywords : 3 . Common Dimensions of Law and Economics in Contract Law." *Journal of International T* 11, no. 1 (2025): 51-60. [https://www.jital.org/index.php/jital/article/view/555/pdf\\_295](https://www.jital.org/index.php/jital/article/view/555/pdf_295).
- Sugianto, Fajar. "Efisiensi Ekonomi Sebagai Remedy Hukum." *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 8, no. 1 (2014): 61-72.
- Sugianto, Fajar, Indradewi A, Astrid, and Valencia, Claresta Devina. "BETWEEN VALUATION AND MONETIZATION OF EFFICIENCY IN ECONOMIC ANALYSIS OF LAW : IS IT POSSIBLE ?" *Journal of International Trade, Logistics and Law* 10, no. 1 (2024): 286-294.
- Sugianto, Fajar, and Tomy Saragih. "Intercalating Law As a Tool To Promote Economic Efficiency in Indonesia." *Arena Hukum* 6, no. 2 (2013): 152-167.