
Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement.....	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article.....	5
Title page.....	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Academia Open

Vol. 11 No. 1 (2026): June
DOI: 10.21070/acopen.11.2026.13830

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

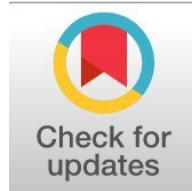
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

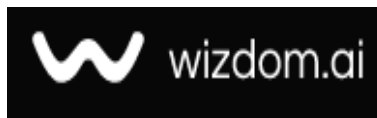
How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Data Dominance as Market Power: Implications within the Framework of Indonesian Competition Law: Dominasi Data Sebagai Market Power: Implikasi dalam Kerangka Hukum Persaingan Usaha di Indonesia

Ari Andy Prastowo, ariandyprastowo@gmail.com (*)

Program Studi Magister Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan, Indonesia

Azzareza Noer Khalifah, Azzarezaalifah@yahoo.com

Program Studi Magister Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan, Indonesia

Allysa Faras Nabila Rizadian, allysafnrizadian@gmail.com

Program Studi Magister Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background The digital economy has transformed traditional sources of market power from capital and market share toward data control as a strategic asset. **Specific Background** Consumer data has evolved into a central mechanism enabling digital enterprises to build competitive advantages, reinforce dominant positions, and create structural entry barriers through algorithm-driven feedback systems. **Knowledge Gap** Indonesian competition law, particularly Law No. 5 of 1999, does not explicitly regulate data dominance and remains rooted in a pre-digital paradigm focused on price and market share indicators. **Aims** This study analyzes how data dominance can be conceptualized as market power within Indonesian competition law and examines its legal implications for enforcement. **Results** The findings demonstrate that large-scale data control may generate anti-competitive practices, including barriers to entry, ecosystem dependency, and algorithm-based exclusivity, which are not adequately captured by conventional price-based analysis. **Novelty** This study provides a normative construction that interprets data dominance as a functional form of dominant position within existing legal frameworks without requiring immediate legislative amendment. **Implications** The study highlights the necessity of interpretative approaches and strengthened institutional capacity to ensure fair competition, while also emphasizing the need for adaptive enforcement mechanisms aligned with digital market structures.

Highlights:

- ♦ Large-scale information control creates structural barriers that limit new entrants in digital markets.
- ♦ Algorithm-based feedback mechanisms reinforce ecosystem dependency and concentration of economic control.
- ♦ Existing legal provisions can be reinterpreted to address emerging competition issues without explicit regulatory reform.

Keywords: Data Dominance, Market Power, Indonesian Competition Law.

Published date: 2026-03-27

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital dalam dua dekade terakhir telah mengubah secara fundamental cara pelaku usaha beroperasi, bersaing, dan menciptakan nilai ekonomi [1]. Data tidak lagi sekadar menjadi instrumen pendukung kegiatan bisnis, melainkan telah berevolusi menjadi faktor produksi strategis yang menentukan posisi kompetitif suatu perusahaan di pasar [2]. Dalam konteks ini, penguasaan dan pemanfaatan data dalam skala besar—khususnya data konsumen—dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditandingi oleh pelaku usaha lain. Kondisi tersebut memunculkan fenomena baru dalam hukum persaingan usaha, yakni dominasi pasar yang tidak semata-mata bertumpu pada penguasaan modal atau pangsa pasar konvensional, tetapi pada dominasi data sebagai sumber market power. Fenomena ini menantang kerangka hukum persaingan usaha klasik yang selama ini berorientasi pada struktur pasar dan harga, serta menuntut adanya reinterpretasi konsep dominasi dalam konteks ekonomi digital [3].

Transformasi data menjadi sumber kekuatan pasar tidak dapat dilepaskan dari karakteristik data itu sendiri, seperti sifat non-rivalrous, skalabilitas tinggi, serta kemampuannya untuk diolah melalui teknologi algoritma dan kecerdasan buatan. Semakin besar volume dan variasi data yang dikuasai suatu perusahaan, semakin tinggi pula akurasi prediksi perilaku konsumen dan efisiensi pengambilan keputusan bisnis. Hal ini menciptakan efek umpan balik (feedback loop) yang memperkuat posisi dominan pelaku usaha tertentu, karena keunggulan data akan menghasilkan layanan yang lebih baik, menarik lebih banyak pengguna, dan pada akhirnya menghasilkan lebih banyak data. Dalam perspektif persaingan usaha, kondisi ini berpotensi menimbulkan hambatan masuk (barrier to entry) yang bersifat struktural dan sulit ditembus oleh pelaku usaha baru, sekalipun mereka memiliki inovasi atau modal yang memadai [4].

Dalam kerangka hukum persaingan usaha Indonesia, konsep market power dan posisi dominan secara normatif diatur dalam Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (yang untuk selanjutnya disebut dengan “UU 5/1999”) [5]. Undang-undang ini secara eksplisit menekankan ukuran-ukuran konvensional seperti pangsa pasar, kemampuan mengendalikan harga, serta kemampuan menghambat persaingan. Namun demikian, UU 5/1999 disusun pada era pra-ekonomi digital, sehingga belum secara eksplisit mengantisipasi dominasi berbasis data sebagai sumber kekuatan pasar. Akibatnya, muncul pertanyaan yuridis mengenai sejauh mana kerangka hukum persaingan usaha Indonesia mampu mengakomodasi fenomena dominasi data, serta apakah konsep market power yang ada masih relevan untuk menilai perilaku pelaku usaha digital.

Permasalahan tersebut semakin kompleks ketika dominasi data tidak selalu disertai dengan kenaikan harga secara langsung, bahkan sering kali ditandai dengan layanan yang diberikan secara gratis kepada konsumen [6]. Dalam konteks ini, pendekatan penilaian persaingan usaha berbasis harga (price-based analysis) menjadi kurang memadai. Pelaku usaha digital yang menguasai data dalam jumlah besar dapat mengeksploitasi posisinya melalui praktik eksklusivitas, diskriminasi algoritmik, atau pemanfaatan data lintas pasar (cross-market data leveraging) yang berpotensi menyingkirkan pesaing. Praktik-praktik tersebut menimbulkan kerugian persaingan yang bersifat jangka panjang, meskipun dalam jangka pendek konsumen tampak diuntungkan. Oleh karena itu, hukum persaingan usaha dituntut untuk mampu mengidentifikasi dan menilai dampak anti-persaingan yang bersumber dari penguasaan data, bukan semata-mata dari struktur harga [7].

Dalam konteks Indonesia, isu dominasi data juga berkaitan erat dengan pesatnya pertumbuhan platform digital di sektor e-commerce, transportasi daring, layanan keuangan digital, dan media sosial [8]. Platform-platform ini beroperasi dalam pasar dua sisi (two-sided market) atau bahkan multi-sided market, di mana data berfungsi sebagai penghubung utama antara berbagai kelompok pengguna. Penguasaan data lintas sisi pasar memberikan keuntungan strategis bagi platform dominan untuk mengontrol ekosistem digital secara keseluruhan. Kondisi ini berpotensi menciptakan ketergantungan (dependency) bagi pelaku usaha lain, seperti mitra penjual atau penyedia jasa, yang pada akhirnya memperkuat posisi dominan platform tersebut. Dari perspektif hukum, situasi ini menimbulkan isu mengenai penyalahgunaan posisi dominan (abuse of dominant position) yang berbasis pada kontrol data [9].

Lebih lanjut, dominasi data juga menimbulkan irisan permasalahan antara hukum persaingan usaha dan rezim hukum lainnya, khususnya perlindungan data pribadi dan perlindungan konsumen. Penguasaan data dalam skala besar sering kali melibatkan pengumpulan dan pemrosesan data pribadi, sehingga potensi penyalahgunaan data tidak hanya berdampak pada persaingan usaha, tetapi juga pada hak-hak fundamental individu [10]. Dalam konteks ini, penegakan hukum persaingan usaha tidak dapat berdiri sendiri, melainkan perlu mempertimbangkan harmonisasi dengan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (yang untuk selanjutnya disebut dengan “UU PDP”) dan kebijakan ekonomi digital nasional. Legal issue yang muncul adalah bagaimana mengintegrasikan analisis persaingan usaha dengan perlindungan hak atas data tanpa menghambat inovasi dan pertumbuhan ekonomi digital [11].

Selain itu, pendekatan pembuktian dalam perkara persaingan usaha berbasis data juga menghadapi tantangan tersendiri. Dominasi data sering kali bersifat tidak kasatmata dan sulit diukur secara kuantitatif dengan indikator pasar tradisional. Penilaian terhadap akses data, kualitas data, serta kemampuan eksklusif untuk memanfaatkannya memerlukan pemahaman teknis yang mendalam dan metode analisis yang lebih kompleks. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai kesiapan kelembagaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (yang untuk selanjutnya disebut dengan “KPPU”) dalam menangani perkara-perkara yang melibatkan isu data dan algoritma. Dengan demikian, dominasi data tidak hanya menjadi isu normatif, tetapi juga isu institusional dalam penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia [12].

Dalam praktik internasional, berbagai yurisdiksi mulai mengembangkan pendekatan baru untuk mengatasi dominasi berbasis data, baik melalui reinterpretasi hukum persaingan yang ada maupun melalui regulasi khusus bagi platform digital. Pengalaman Uni Eropa, misalnya, menunjukkan pergeseran paradigma dari pendekatan yang semata-mata berfokus pada

harga menuju pendekatan yang mempertimbangkan kontrol data dan kekuatan ekosistem. Perkembangan ini menjadi relevan bagi Indonesia sebagai bagian dari ekonomi digital global, karena perilaku pelaku usaha digital lintas negara dapat berdampak langsung pada pasar domestik. Oleh karena itu, kajian mengenai dominasi data dalam kerangka hukum persaingan usaha Indonesia perlu mempertimbangkan praktik dan perkembangan hukum internasional sebagai bahan perbandingan [13].

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diidentifikasi sejumlah legal issue utama yang menjadi fokus kajian ini. Pertama, bagaimana konsep market power dan posisi dominan dalam UU 5/1999 dapat ditafsirkan untuk mencakup dominasi berbasis data. Kedua, bagaimana parameter penilaian dominasi dan penyalahgunaan posisi dominan perlu disesuaikan dengan karakteristik ekonomi digital. Ketiga, bagaimana koordinasi antara hukum persaingan usaha dan rezim hukum lain, khususnya perlindungan data pribadi, dapat diwujudkan secara efektif. Keempat, bagaimana peran dan kapasitas KPPU perlu diperkuat untuk menghadapi tantangan penegakan hukum persaingan usaha di era data-driven economy [14].

Dengan demikian, pembahasan mengenai dominasi data sebagai market power menjadi sangat penting dalam upaya memastikan bahwa perkembangan ekonomi digital di Indonesia tetap berjalan sejalan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat. Tanpa kerangka hukum yang adaptif dan responsif, dominasi data berpotensi menciptakan konsentrasi kekuatan ekonomi yang merugikan pasar, pelaku usaha kecil dan menengah, serta konsumen dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dan normatif bagi pengembangan hukum persaingan usaha Indonesia, khususnya dalam merespons tantangan dominasi data di era ekonomi digital [15].

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif (doctrinal legal research), yaitu penelitian yang berfokus pada kajian terhadap norma hukum positif, asas-asas hukum, dan doktrin yang berkembang dalam literatur hukum. Pendekatan ini dipilih karena isu dominasi data sebagai market power merupakan persoalan konseptual dan normatif yang berkaitan dengan interpretasi terhadap ketentuan dalam UU 5/1999. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan hukum sebagai norma (law in books) yang dianalisis secara sistematis untuk menemukan argumentasi hukum yang tepat dalam merespons fenomena ekonomi digital [16].

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif-analitis. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan konstruksi hukum terkait posisi dominan dan penguasaan pasar, tetapi juga menganalisis kecukupan norma yang ada dalam mengakomodasi dominasi berbasis data. Analisis dilakukan dengan menelaah konsep market power, entry barrier, serta abuse of dominant position dalam perspektif hukum persaingan usaha modern. Dengan spesifikasi ini, penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran yang utuh sekaligus menawarkan argumentasi kritis terhadap kebutuhan reinterpretasi norma persaingan usaha di era digital [17].

Pendekatan penelitian yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach), pendekatan konseptual (conceptual approach), dan pendekatan perbandingan (comparative approach). Pendekatan perundang-undangan dilakukan melalui telaah terhadap UU 5/1999 beserta regulasi terkait ekonomi digital dan perlindungan data pribadi. Pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep dominasi, market power, dan kontrol data dalam perspektif teori hukum persaingan usaha. Sementara itu, pendekatan perbandingan dilakukan dengan melihat perkembangan kebijakan persaingan usaha di yurisdiksi lain, khususnya Uni Eropa dan Amerika Serikat, sebagai bahan refleksi normatif bagi Indonesia.

Jenis dan sumber bahan hukum dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan, putusan KPPU, serta dokumen kebijakan resmi yang relevan. Bahan hukum sekunder mencakup literatur akademik, jurnal ilmiah, dan pendapat para ahli mengenai hukum persaingan usaha dan ekonomi digital. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan ensiklopedia digunakan untuk memperjelas terminologi teknis yang berkaitan dengan market power dan dominasi. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dengan menelusuri sumber-sumber yang kredibel dan mutakhir [18].

Teknik analisis bahan hukum dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode penafsiran hukum, baik penafsiran gramatikal, sistematis, maupun teleologis. Penafsiran gramatikal digunakan untuk memahami rumusan norma dalam UU 5/1999, sedangkan penafsiran sistematis dilakukan dengan menghubungkan ketentuan posisi dominan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat. Penafsiran teleologis digunakan untuk menilai tujuan pembentukan hukum persaingan usaha dalam menjaga struktur pasar yang kompetitif. Melalui teknik analisis ini, penelitian berupaya merumuskan konstruksi hukum yang mampu mengakomodasi dominasi data sebagai bentuk baru market power dalam sistem hukum Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

A. Transformasi Data sebagai Sumber Market Power dalam Ekonomi Digital

Transformasi ekonomi digital telah menggeser paradigma klasik mengenai sumber kekuatan pasar (market power) dalam hukum persaingan usaha [19]. Jika dalam teori industri tradisional kekuatan pasar diukur melalui kemampuan pelaku usaha mengendalikan harga atau membatasi output, maka dalam ekonomi digital kekuatan tersebut semakin ditentukan oleh penguasaan dan pengolahan data dalam skala besar. Data bukan lagi sekadar instrumen pendukung kegiatan bisnis, melainkan telah menjadi faktor produksi strategis yang memengaruhi struktur pasar dan dinamika kompetisi. Perusahaan yang menguasai data dalam jumlah besar memiliki kemampuan untuk memahami preferensi konsumen secara lebih presisi,

mempersonalisasi layanan, serta mengoptimalkan strategi bisnis berbasis algoritma. Dalam konteks ini, dominasi data berfungsi sebagai bentuk baru dari kekuatan pasar yang tidak selalu tercermin dalam indikator harga, tetapi dalam kontrol atas informasi dan akses terhadap pasar [4].

Secara teoretis, konsep market power dalam hukum persaingan usaha berakar pada kemampuan suatu pelaku usaha untuk bertindak secara independen dari tekanan kompetitif pasar. Dalam kerangka klasik, indikatornya adalah pangsa pasar yang besar, hambatan masuk (entry barriers), serta elastisitas permintaan. Namun, dalam ekonomi digital, struktur pasar sering kali bersifat dinamis dan tidak selalu menunjukkan konsentrasi pasar yang jelas pada tahap awal. Platform digital dapat menawarkan layanan dengan harga nol kepada konsumen, sehingga analisis berbasis harga menjadi kurang relevan. Oleh karena itu, dominasi data menghadirkan dimensi baru dalam penilaian kekuatan pasar, yakni kemampuan untuk mengontrol arus informasi dan memanfaatkan data sebagai sumber eksklusivitas kompetitif [3].

Karakteristik data sebagai aset ekonomi turut menjelaskan mengapa data mampu menjadi sumber market power. Berbeda dengan sumber daya fisik, data bersifat non-rivalrous, artinya penggunaan oleh satu pihak tidak mengurangi ketersediaannya bagi pihak lain. Namun demikian, dalam praktiknya, akses terhadap data berkualitas tinggi sering kali bersifat eksklusif karena bergantung pada infrastruktur teknologi, basis pengguna yang besar, serta kapasitas analitik yang canggih. Perusahaan yang telah mengumpulkan data dalam jumlah besar memperoleh keuntungan kumulatif melalui efek jaringan (network effects), di mana semakin banyak pengguna yang bergabung, semakin banyak data yang terkumpul, dan semakin baik pula kualitas layanan yang diberikan. Siklus umpan balik ini menciptakan hambatan masuk yang signifikan bagi pesaing baru, karena mereka tidak hanya harus bersaing dalam produk, tetapi juga dalam akumulasi data [12].

Lebih lanjut, dominasi data berkaitan erat dengan fenomena data-driven entry barriers. Hambatan masuk dalam pasar digital tidak lagi hanya berbentuk investasi modal atau teknologi, tetapi juga akses terhadap data historis dan perilaku konsumen. Tanpa akses terhadap data yang memadai, pelaku usaha baru sulit mengembangkan algoritma yang kompetitif atau menawarkan layanan yang setara dengan pelaku usaha dominan. Kondisi ini memperkuat posisi perusahaan yang telah lebih dahulu menguasai pasar, karena mereka memiliki keunggulan informasi yang tidak mudah direplikasi. Dengan demikian, data berfungsi sebagai “infrastruktur kompetitif” yang membentuk struktur pasar secara implisit [9].

Dalam ekosistem platform digital, dominasi data semakin kompleks karena beroperasi dalam pasar dua sisi (two-sided markets) atau bahkan multi-sisi. Platform seperti layanan e-commerce, transportasi daring, atau media sosial menghubungkan berbagai kelompok pengguna sekaligus, seperti konsumen, penjual, pengiklan, dan mitra usaha. Data yang dikumpulkan dari satu sisi pasar dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisi di sisi pasar lainnya melalui praktik cross-market leveraging. Strategi ini memungkinkan platform dominan memperluas kekuatan pasarnya ke sektor lain tanpa harus bersaing secara terbuka dalam setiap pasar secara terpisah. Akibatnya, konsentrasi kekuatan ekonomi tidak lagi terletak pada satu produk, tetapi pada kontrol atas keseluruhan ekosistem digital [14].

Aspek lain yang memperkuat dominasi data adalah praktik self-preferencing dan diskriminasi algoritmik. Melalui penguasaan data dan kontrol atas algoritma, platform dapat memprioritaskan produk atau layanan miliknya sendiri dibandingkan pesaing yang bergantung pada platform tersebut. Praktik ini sering kali tidak terlihat secara kasatmata oleh konsumen, karena berlangsung melalui mekanisme pemeringkatan atau rekomendasi otomatis. Dalam jangka panjang, praktik semacam ini berpotensi mengurangi pilihan konsumen dan melemahkan inovasi pesaing [1]. Dengan demikian, dominasi data tidak hanya menciptakan keunggulan kompetitif, tetapi juga membuka peluang penyalahgunaan posisi dominan yang lebih subtil dibandingkan praktik monopoli konvensional [13].

Secara kritis, dominasi data juga menantang asumsi dasar pendekatan consumer welfare standard yang selama ini menjadi fondasi penegakan hukum persaingan usaha modern. Dalam banyak kasus digital, konsumen menikmati layanan gratis atau berbiaya rendah, sehingga sulit membuktikan adanya kerugian langsung dalam bentuk kenaikan harga. Namun, kerugian persaingan dapat muncul dalam bentuk penurunan kualitas, eksploitasi data pribadi, atau berkurangnya inovasi akibat tersingkirnya pesaing potensial. Oleh karena itu, ukuran kesejahteraan konsumen perlu diperluas untuk mencakup dimensi non-harga, termasuk kontrol atas data dan transparansi algoritma [7].

Dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia, transformasi data sebagai sumber market power memiliki implikasi yang lebih kompleks. Di satu sisi, dominasi platform digital dapat mendorong efisiensi dan memperluas akses pasar bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Di sisi lain, ketergantungan terhadap platform dominan berpotensi menciptakan ketidakseimbangan posisi tawar yang signifikan. Pelaku usaha yang bergantung pada infrastruktur digital tertentu sering kali tidak memiliki alternatif yang sebanding, sehingga rentan terhadap perubahan kebijakan sepihak oleh platform. Kondisi ini menunjukkan bahwa dominasi data tidak hanya berdampak pada struktur pasar, tetapi juga pada distribusi kekuasaan ekonomi dalam ekosistem digital.

Berkaca daripada hal tersebut maka sejatinya transformasi data sebagai sumber market power menuntut pembaruan cara pandang dalam hukum persaingan usaha. Analisis dominasi tidak lagi cukup didasarkan pada pangsa pasar atau harga, tetapi harus mempertimbangkan kontrol atas data, algoritma, dan akses terhadap ekosistem digital [20]. Tanpa pendekatan yang adaptif, hukum persaingan usaha berisiko tertinggal dari dinamika pasar digital yang bergerak cepat. Oleh karena itu, pemahaman terhadap karakteristik data dan implikasinya terhadap struktur pasar menjadi prasyarat penting dalam merumuskan kebijakan dan penegakan hukum yang efektif di era ekonomi digital.

B. Konstruksi Normatif Dominasi Data dalam Hukum Persaingan Usaha Indonesia

Dominasi data sebagai bentuk baru market power belum diatur secara eksplisit dalam rezim hukum persaingan usaha

Indonesia [21]. Namun demikian, secara sistematis dan interpretatif, fenomena ini dapat dikonstruksikan melalui ketentuan mengenai posisi dominan dan penguasaan pasar dalam UU 5/1999. Pasal 1 angka 4 mendefinisikan posisi dominan sebagai keadaan di mana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar bersangkutan atau memiliki posisi tertinggi di antara pesaingnya. Definisi ini pada dasarnya bersifat terbuka (open-textured) dan tidak membatasi sumber kekuatan pasar hanya pada pangsa pasar atau modal finansial. Oleh karena itu, secara konseptual, penguasaan data dalam skala besar yang menciptakan hambatan masuk dan ketergantungan pasar dapat difafsirkan sebagai bentuk posisi dominan dalam arti fungsional.

Meskipun demikian, konstruksi normatif tersebut menghadapi tantangan karena UU 5/1999 lahir dalam konteks ekonomi konvensional yang berorientasi pada harga dan struktur pasar tradisional. Instrumen pengukuran dominasi dalam praktik penegakan hukum sering kali bertumpu pada pangsa pasar kuantitatif dan kemampuan mengendalikan harga. Dalam ekonomi digital, pelaku usaha dapat memberikan layanan secara gratis kepada konsumen, tetapi tetap mengakumulasi kekuatan pasar melalui penguasaan data dan kontrol atas ekosistem digital [22]. Pendekatan price-based analysis menjadi kurang memadai untuk mendeteksi dominasi berbasis data. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan normatif antara konstruksi undang-undang dan dinamika pasar digital yang berkembang pesat [3].

Pasal 25 UU 5/1999 mengenai penyalahgunaan posisi dominan menjadi landasan normatif utama dalam menganalisis dominasi data [23]. Pasal tersebut melarang pelaku usaha yang memiliki posisi dominan untuk menetapkan syarat perdagangan yang merugikan konsumen atau menghambat pelaku usaha lain masuk ke pasar. Dalam konteks ekonomi digital, penguasaan data dapat digunakan untuk menciptakan eksklusivitas akses, melakukan diskriminasi algoritmik, atau memprioritaskan layanan sendiri (self-preferencing) [24]. Praktik-praktik tersebut berpotensi memenuhi unsur “menghambat pelaku usaha lain” sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (1). Dengan demikian, meskipun data tidak disebut secara eksplisit, norma mengenai penyalahgunaan posisi dominan dapat diperluas melalui interpretasi sistematis dan teleologis.

Lebih lanjut, Pasal 19 UU 5/1999 yang melarang penguasaan pasar melalui praktik penolakan atau penghalangan pelaku usaha lain juga relevan dalam konteks dominasi data. Pengendalian akses terhadap data tertentu yang bersifat esensial (essential data) dapat menciptakan hambatan masuk yang signifikan bagi pesaing [25]. Dalam perspektif teori essential facilities doctrine, suatu fasilitas yang tidak tergantikan dan diperlukan untuk bersaing secara efektif tidak boleh digunakan secara eksklusif untuk menyingkirkan pesaing. Meskipun doktrin ini belum secara eksplisit diadopsi dalam hukum persaingan usaha Indonesia, semangatnya dapat ditemukan dalam larangan penguasaan pasar yang bersifat diskriminatif. Oleh karena itu, akses terhadap data yang bersifat strategis dapat dipandang sebagai isu kompetisi yang relevan secara normatif [4].

Kendati demikian, persoalan utama dalam konstruksi dominasi data terletak pada parameter pengukurannya. Berbeda dengan pangsa pasar yang dapat dihitung secara kuantitatif, penguasaan data melibatkan dimensi kualitas, variasi, serta kemampuan analitis yang tidak mudah diukur secara objektif. Data dalam jumlah besar belum tentu menciptakan dominasi apabila tidak disertai kemampuan teknologi untuk mengolahnya. Sebaliknya, data dalam jumlah relatif kecil dapat menciptakan kekuatan pasar apabila bersifat unik dan tidak dapat direplikasi. Dengan demikian, pendekatan normatif terhadap dominasi data memerlukan pengembangan indikator baru yang melampaui ukuran tradisional [12].

Dalam konteks penegakan hukum, KPPU menghadapi tantangan kelembagaan yang signifikan. Pembuktian dominasi berbasis data memerlukan pemahaman teknis mengenai algoritma, machine learning, serta struktur ekosistem digital. Selain itu, penguasaan data sering kali bersifat lintas pasar dan lintas yurisdiksi, sehingga menyulitkan penentuan pasar bersangkutan (relevant market). Tanpa kapasitas teknis dan metodologi analisis yang memadai, risiko under-enforcement maupun over-enforcement menjadi semakin besar. Oleh karena itu, konstruksi normatif dominasi data harus diiringi dengan penguatan kapasitas institusional.

Secara komparatif, berbagai yurisdiksi telah mulai mengakui bahwa kontrol atas data dapat menjadi indikator kekuatan pasar. Uni Eropa, misalnya, dalam berbagai kebijakan kompetisi digitalnya menekankan pentingnya mempertimbangkan network effects, akses data, dan kontrol ekosistem dalam menilai dominasi. Perkembangan tersebut menunjukkan adanya pergeseran dari pendekatan yang semata-mata berorientasi pada harga menuju pendekatan yang lebih struktural dan berbasis ekosistem. Indonesia dapat mengambil pelajaran dari perkembangan tersebut dengan tetap menyesuaikannya pada konteks nasional. Harmonisasi ini penting mengingat banyak pelaku usaha digital beroperasi secara lintas negara [13].

Dari perspektif teoritis, dominasi data juga menantang paradigma consumer welfare standard yang selama ini menjadi fondasi banyak rezim antitrust modern. Dalam pasar digital, kerugian terhadap persaingan tidak selalu tercermin dalam kenaikan harga, melainkan dalam berkurangnya pilihan, menurunnya inovasi, atau meningkatnya ketergantungan terhadap satu platform. Oleh karena itu, analisis dominasi data memerlukan pendekatan yang lebih luas, termasuk mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap struktur pasar dan inovasi. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan hukum persaingan usaha Indonesia untuk menjaga keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha dan konsumen [7].

Dengan demikian, konstruksi normatif dominasi data dalam hukum persaingan usaha Indonesia memerlukan reinterpretasi progresif terhadap norma yang ada. UU 5/1999 sebenarnya menyediakan kerangka dasar melalui konsep posisi dominan dan penyalahgunaannya. Namun, agar efektif dalam menghadapi ekonomi digital, norma tersebut perlu diperkaya melalui pedoman penegakan hukum, pengembangan indikator dominasi berbasis data, serta koordinasi dengan rezim hukum lainnya. Tanpa pembaruan interpretatif dan kelembagaan, dominasi data berpotensi menciptakan konsentrasi kekuatan pasar yang tidak terdeteksi oleh instrumen hukum yang ada.

C. Reformulasi dan Rekomendasi Penguatan Kerangka Hukum Persaingan Usaha

Perkembangan ekonomi digital menuntut adanya reformulasi konseptual terhadap cara hukum persaingan usaha memahami dan mengidentifikasi market power [26]. Selama ini, pendekatan dalam hukum persaingan usaha Indonesia masih sangat dipengaruhi oleh paradigma klasik yang menitikberatkan pada penguasaan pangsa pasar dan kemampuan mengendalikan harga sebagai indikator utama posisi dominan [27]. Pendekatan tersebut relatif memadai dalam pasar konvensional yang berbasis barang fisik dan struktur industri tradisional. Namun, dalam konteks ekonomi digital, kekuatan pasar sering kali tidak tercermin dalam harga yang tinggi, melainkan dalam kontrol terhadap data, jaringan pengguna, serta infrastruktur digital yang menjadi tulang punggung ekosistem. Oleh karena itu, reformulasi kerangka hukum persaingan usaha perlu diarahkan pada pengakuan eksplisit bahwa penguasaan data dapat menjadi indikator struktural market power yang setara dengan penguasaan pangsa pasar konvensional [3].

Reinterpretasi konsep posisi dominan dalam UU 5/1999 menjadi langkah awal yang krusial. Meskipun undang-undang tersebut tidak secara eksplisit menyebut data sebagai parameter dominasi, definisi posisi dominan dalam Pasal 1 angka 4 dan larangan penyalahgunaan posisi dominan dalam Pasal 25 sesungguhnya membuka ruang interpretasi yang progresif. Reformulasi tidak selalu harus berbentuk amandemen undang-undang, tetapi dapat dilakukan melalui penafsiran sistematis dan teleologis yang menempatkan data sebagai “sumber kekuatan ekonomi” yang memengaruhi struktur pasar [28]. Dengan demikian, ukuran dominasi tidak hanya dilihat dari persentase pangsa pasar, tetapi juga dari tingkat eksklusivitas akses terhadap data, kemampuan melakukan analisis prediktif berbasis algoritma, serta pengaruhnya terhadap hambatan masuk pasar. Pendekatan ini sejalan dengan perkembangan teori antitrust modern yang mulai mengakui bahwa struktur pasar digital tidak dapat diukur dengan indikator tradisional semata [4].

Selain reinterpretasi konseptual, diperlukan pengembangan parameter baru dalam menilai dominasi berbasis data. Parameter tersebut dapat meliputi volume dan variasi data yang dikuasai, tingkat kesulitan bagi pesaing untuk memperoleh data yang sebanding, serta sejauh mana data tersebut menciptakan efek jaringan (network effects) dan switching cost. Dalam praktiknya, penguasaan data yang besar dapat menghasilkan feedback loop yang memperkuat posisi dominan, karena semakin banyak pengguna menghasilkan semakin banyak data, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas layanan dan menarik lebih banyak pengguna. Kondisi ini menciptakan barrier to entry yang bersifat struktural dan dinamis, sehingga pesaing baru sulit berkembang meskipun menawarkan inovasi. Oleh sebab itu, analisis persaingan usaha harus mampu mengidentifikasi hambatan masuk berbasis data sebagai bentuk baru konsentrasi kekuatan ekonomi [12].

Rekomendasi berikutnya adalah penyusunan pedoman khusus mengenai penanganan perkara persaingan usaha di sektor digital. KPPU perlu mengembangkan digital competition guidelines yang secara eksplisit memuat metode analisis terhadap pasar dua sisi, zero-price market, serta praktik self-preferencing dan data leveraging. Pedoman tersebut harus mencakup mekanisme evaluasi algoritma dan model bisnis platform digital yang sering kali bersifat kompleks dan tidak transparan. Tanpa pedoman yang jelas, proses pembuktian dominasi berbasis data akan menghadapi kesulitan teknis dan berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum. Penguatan instrumen soft law ini dapat menjadi langkah transisional sebelum dilakukan pembaruan legislasi secara formal [14].

Dalam konteks penegakan hukum, reformulasi juga harus menyentuh aspek pembuktian dan remedial measures. Dominasi data sering kali tidak menghasilkan kerugian konsumen dalam bentuk kenaikan harga, tetapi dalam bentuk penurunan pilihan (reduced choice), inovasi yang terhambat, atau eksploitasi data pribadi [29]. Oleh karena itu, pendekatan consumer welfare standard yang semata-mata berbasis harga perlu dilengkapi dengan analisis dampak struktural terhadap pasar dan inovasi jangka panjang. Remedial yang diterapkan pun tidak cukup hanya berupa denda administratif, tetapi dapat mencakup kewajiban berbagi data (data sharing obligation), interoperabilitas, atau pembatasan praktik eksklusivitas data. Pendekatan ini mencerminkan pergeseran dari enforcement yang represif menjadi enforcement yang bersifat korektif dan struktural [7].

Penguatan kapasitas kelembagaan KPPU menjadi aspek yang tidak kalah penting dalam reformulasi kerangka hukum [30]. Penanganan perkara yang melibatkan data dan algoritma memerlukan keahlian multidisipliner, termasuk di bidang ekonomi digital, data science, dan teknologi informasi. Tanpa dukungan sumber daya manusia yang memadai, penegakan hukum persaingan usaha berisiko tertinggal dari dinamika pasar digital yang berkembang sangat cepat. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas melalui pelatihan teknis, kerja sama dengan akademisi, serta kolaborasi dengan otoritas lain menjadi kebutuhan mendesak. Reformulasi hukum tidak akan efektif tanpa diiringi kesiapan institusional yang memadai [13].

Lebih jauh lagi, reformulasi kerangka hukum persaingan usaha harus memperhatikan koordinasi lintas rezim hukum, khususnya dengan hukum perlindungan data pribadi. Dominasi data tidak hanya berdampak pada struktur pasar, tetapi juga pada hak individu atas data pribadinya. Ketika satu entitas menguasai data dalam skala besar, potensi eksploitasi ekonomi dan risiko pelanggaran privasi meningkat secara signifikan. Oleh karena itu, perlu dibangun mekanisme koordinasi antara KPPU dan otoritas perlindungan data untuk memastikan bahwa kebijakan persaingan usaha tidak bertentangan dengan prinsip perlindungan hak asasi. Integrasi pendekatan ini akan menciptakan tata kelola digital yang lebih seimbang antara efisiensi pasar dan perlindungan hak individu [11].

Berkaca daripada hal tersebut, Penulis berpandangan reformulasi dan penguatan kerangka hukum persaingan usaha harus diarahkan pada penciptaan ekosistem digital yang kompetitif dan inklusif. Dominasi data tidak dapat dilarang secara absolut, karena pengumpulan dan pemanfaatan data sering kali menjadi sumber inovasi dan efisiensi ekonomi. Namun demikian, ketika dominasi tersebut menimbulkan eksklusi dan distorsi persaingan, negara memiliki kewajiban konstitusional untuk melakukan intervensi yang proporsional. Kerangka hukum yang adaptif, interpretasi progresif, pedoman teknis yang jelas, serta kapasitas kelembagaan yang kuat merupakan prasyarat untuk memastikan bahwa transformasi digital tidak berujung pada konsentrasi kekuatan ekonomi yang merugikan kepentingan publik. Dengan demikian, reformulasi hukum

persaingan usaha bukan sekadar respons terhadap perkembangan teknologi, melainkan bagian dari upaya menjaga keseimbangan antara inovasi, keadilan, dan demokratisasi ekonomi di era data-driven economy [15].

Simpulan

Transformasi ekonomi digital telah menggeser konfigurasi kekuatan pasar dari paradigma konvensional yang berbasis pada penguasaan harga dan pangsa pasar menuju penguasaan data sebagai sumber daya strategis. Data, dalam konteks ini, bukan sekadar instrumen operasional, melainkan telah berkembang menjadi determinan utama market power yang mampu menciptakan hambatan masuk struktural, memperkuat efek jaringan, serta menghasilkan ketergantungan ekosistem. Dominasi berbasis data memungkinkan pelaku usaha digital mengontrol arus informasi, memprediksi perilaku konsumen, dan memanfaatkan keunggulan algoritmik secara eksklusif, sehingga menghasilkan konsentrasi kekuatan ekonomi yang tidak selalu tampak dalam indikator pasar tradisional. Oleh karena itu, dominasi data harus dipahami sebagai bentuk baru posisi dominan yang bersifat struktural dan dinamis.

Dalam kerangka hukum persaingan usaha Indonesia, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 memang belum secara eksplisit mengatur dominasi data sebagai kategori normatif tersendiri. Namun demikian, melalui interpretasi sistematis dan teleologis terhadap ketentuan mengenai posisi dominan dan penguasaan pasar, dominasi berbasis data dapat dikonstruksikan sebagai bagian dari market power yang dilarang apabila disalahgunakan. Permasalahan utama bukan terletak pada ketiadaan norma, melainkan pada keterbatasan pendekatan analitis yang masih bertumpu pada price-based analysis dan indikator kuantitatif pangsa pasar. Dalam pasar digital yang sering kali beroperasi dalam zero-price market dan struktur multi-sided platform, pendekatan tersebut menjadi kurang memadai untuk menangkap dinamika kekuatan pasar yang berbasis data.

Kajian ini menunjukkan bahwa dominasi data berpotensi menimbulkan praktik anti-persaingan dalam bentuk self-preferencing, data leveraging lintas pasar, eksklusivitas akses data, serta penciptaan switching cost yang tinggi. Praktik-praktik tersebut dapat mereduksi inovasi, membatasi pilihan konsumen, dan menghambat pelaku usaha baru untuk masuk ke pasar. Dampaknya tidak selalu terlihat dalam jangka pendek, tetapi bersifat struktural dan jangka panjang terhadap kompetisi. Oleh sebab itu, analisis persaingan usaha di era digital harus bergeser dari sekadar pengujian dampak harga menuju evaluasi terhadap struktur pasar, akses data, dan distribusi kekuatan ekonomi dalam ekosistem digital.

Reformulasi kerangka hukum persaingan usaha menjadi kebutuhan mendesak untuk memastikan bahwa regulasi tetap relevan dalam menghadapi ekonomi berbasis data. Reformulasi tersebut dapat dilakukan melalui reinterpretasi progresif terhadap konsep posisi dominan, pengembangan parameter baru dalam mengukur market power berbasis data, serta penyusunan pedoman penegakan hukum khusus sektor digital. Di samping itu, penguatan kapasitas kelembagaan KPPU menjadi prasyarat penting agar penegakan hukum mampu mengikuti kompleksitas teknologi dan algoritma yang berkembang pesat. Koordinasi lintas rezim hukum, khususnya dengan hukum perlindungan data pribadi, juga diperlukan untuk menciptakan tata kelola digital yang seimbang antara efisiensi pasar dan perlindungan hak individu.

Dominasi data tidak dapat dipandang sebagai fenomena yang sepenuhnya negatif, karena pengumpulan dan pemanfaatan data sering kali menjadi pendorong inovasi dan efisiensi ekonomi. Namun demikian, ketika penguasaan data menciptakan eksklusi struktural dan distorsi persaingan, negara memiliki tanggung jawab untuk melakukan intervensi yang proporsional guna menjaga keseimbangan pasar. Dengan demikian, penguatan kerangka hukum persaingan usaha di Indonesia bukan hanya persoalan adaptasi terhadap teknologi, melainkan bagian dari upaya konstitusional untuk memastikan bahwa transformasi digital berjalan sejalan dengan prinsip keadilan, demokratisasi ekonomi, dan perlindungan kepentingan publik dalam jangka panjang.

References

1. I. P. A. S. Sinaga, G. M. Rizky, and K. Sodikin, "Analysis of Challenges in Law Enforcement and Business Competition in the Digitalization Era," *Journal of Law, Administration, and Social Science*, vol. 4, no. 1, pp. 1–12, Jan. 2024, doi: 10.54957/jolas.v4i1.594.
2. J. Matheus and A. Gunadi, "Establishment of Personal Data Protection Supervisory Institutions in the Digital Economy Era: Comparative Study with KPPU," *JUSTISI Journal*, vol. 10, no. 1, pp. 20–35, 2024, doi: 10.33506/jurnaljustisi.v10i1.2757.
3. H. Hovenkamp, *The Antitrust Enterprise: Principle and Execution*. Cambridge, MA, USA: Harvard University Press, 2005.
4. M. E. Stucke and A. P. Grunes, *Big Data and Competition Policy*. Oxford, U.K.: Oxford University Press, 2016.
5. N. R. Emeralda, S. Sukarmi, Reka, and Dewantara, "Annotations to Article 50 Letter (I) Law Number 5 of 1999 on the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition," *Jurnal Dinamika Hukum*, vol. 20, no. 1, pp. 19–34, 2020.
6. D. Y. Sukmaya, R. Firanti Nur, F. A. Anggoro, A. N. Rohman, and Waluyo, "Analysis of Contracts and Consumer Protection in Electronic Money," *Journal of Accounting, Management, and Policy Planning*, vol. 2, no. 4, p. 12, Jun. 2025, doi: 10.47134/jampk.v2i4.698.
7. L. Khan, "Amazon's Antitrust Paradox," *Yale Law Journal*, vol. 126, no. 3, pp. 710–805, 2017.
8. Y. L. Fista, A. Machmud, and S. Suartini, "Legal Protection of Consumers in E-Commerce Transactions from the Perspective of Consumer Protection Law," *Binamulia Law Journal*, vol. 12, no. 1, pp. 177–189, Aug. 2023, doi: 10.37893/jbh.v12i1.599.
9. J. Tirole, *The Theory of Industrial Organization*. Cambridge, MA, USA: MIT Press, 1988.

10. T. D. Pohan and M. I. P. Nasution, "Legal Protection of Consumer Personal Data in E-Commerce Platforms," *Sammajiva Journal of Business and Management Research*, vol. 1, no. 3, pp. 42–48, Jul. 2023, doi: 10.47861/sammajiva.v1i3.336.
11. D. J. B. Svantesson, *Data Protection and Privacy Law*. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar Publishing, 2020.
12. A. Ezrachi and M. E. Stucke, *Virtual Competition: The Promise and Perils of the Algorithm-Driven Economy*. Cambridge, MA, USA: Harvard University Press, 2016.
13. European Commission, *Competition Policy for the Digital Era*. Brussels, Belgium: European Commission Publications, 2019.
14. Organisation for Economic Co-operation and Development, *Abuse of Dominance in Digital Markets*. Paris, France: OECD Publishing, 2020.
15. P. Areeda and H. Hovenkamp, *Antitrust Law: An Analysis of Antitrust Principles and Their Application*. New York, NY, USA: Aspen Publishers, 2014.
16. P. M. Marzuki, *Legal Research: Revised Edition*, 19th ed. Jakarta, Indonesia: Prenada Media Group, 2019.
17. S. Soekanto and S. Mamudji, *Normative Legal Research: A Brief Overview*. Jakarta, Indonesia: RajaGrafindo Persada, 2015.
18. P. M. Hadjon and T. S. Djatmiati, *Legal Argumentation*. Yogyakarta, Indonesia: Gadjah Mada University Press, 2016.
19. F. Fachri and I. E. Joesoef, "KPPU Considerations on Violations of Unfair Business Competition by State-Owned Airline Companies (Case Study Decision No. 15/KPPU-I/2019)," *Zaaken Journal of Civil and Business Law*, vol. 2, no. 1, pp. 1–24, Jun. 2021, doi: 10.22437/zaaken.v2i1.11652.
20. M. Djaka, "Review of Economic Democracy Principles on Abuse of Dominant Position in Limiting Technology Developers in the Creative Industry Era: Study on Google Play Store Service Fees," *Journal of Law and Development*, vol. 53, no. 2, Jun. 2023, doi: 10.21143/jhp.vol53.no2.1572.
21. E. W. A. Hartawan, "Excessive Pricing in the Sale of Masks During the COVID-19 Pandemic in Relation to Law Number 5 of 1999," *Jurist-Diction*, vol. 4, no. 3, p. 973, May 2021, doi: 10.20473/jd.v4i3.26978.
22. R. Dewi, R. Andriani, J. Gunawan, S. N. Salamatuddaroen, and J. Indriarti, "Abuse of Dominant Position by Digital Marketplace Companies in Indonesia," *RIO Law Journal*, vol. 6, no. 2, pp. 1168–1181, Nov. 2025, doi: 10.36355/rlj.v6i2.1896.
23. A. F. Nazhari and N. Irkham, "Analysis of Alleged Predatory Pricing Practices and Abuse of Dominant Position in the E-Commerce Industry," *Journal of Business Competition*, vol. 3, no. 1, pp. 19–31, Jul. 2023, doi: 10.55869/kppu.v3i1.85.
24. R. Setyawati and R. A. Pradana, "Abuse of Dominant Position by Dominant Business Actors Through the Use of Pricing Algorithms," *UIR Law Review*, vol. 6, no. 2, pp. 103–120, Feb. 2023, doi: 10.25299/uirlrev.2022.vol6(2).11750.
25. T. W. K. Kurniasari and A. Rahman, "Legal Protection for MSMEs Against Abuse of Dominant Position by Digital Platform Marketplaces Through Pricing and Market Control," *REUSAM Journal of Legal Science*, vol. 10, no. 2, p. 131, Jan. 2023, doi: 10.29103/reusam.v10i2.9577.
26. N. Subekti, I. G. A. K. R. Handayani, and A. Hidayat, "Digital Constitutionalism in Indonesia," *Peradaban Journal of Law and Society*, vol. 2, no. 1, pp. 1–22, Jun. 2023, doi: 10.59001/pjls.v2i1.74.
27. M. F. Alfarizi, "Abuse of Dominant Position from the Perspective of Corporate Crime Based on Law Number 5 of 1999," *Journal of Law Students, Faculty of Law, Universitas Brawijaya*, vol. 1, no. 1, p. 3, 2014.
28. N. L. Hsb, N. U. Qinvii, and Q. A. Nabila, "Reconstruction of Competition Law Enforcement on Market Dominance in the Digital Economy in Indonesia," *Opinia Journal*, vol. 5, no. 2, pp. 71–84, 2025, doi: 10.35888/opiniadejournal.v5i2.182.
29. D. Tanzil and K. P. H. Silalahi, "Personal Data Protection in the Analysis of Abuse of Dominant Position Based on Competition Law," *Gloria Justitia*, vol. 2, no. 1, pp. 1–18, Jun. 2022, doi: 10.25170/gloriajustitia.v2i1.3359.
30. B. Effendi, "Supervision and Law Enforcement of Digital Business (E-Commerce) by the Business Competition Supervisory Commission (KPPU) in Unfair Business Competition Practices," *Syiah Kuala Law Journal*, vol. 4, no. 1, pp. 21–32, Apr. 2020, doi: 10.24815/sklj.v4i1.16228.