



<https://doi.org/10.61292/eljbn.243>

Analisis Hukum Persaingan Usaha Platform Marketplace Online Pada Era Ekonomi Digital

Analysis of Competition Law for Online Marketplace Platforms in the Digital Economy Era

Alexander Kennedy ^{*a}

^a Universitas Pelita Harapan

* Correspondence: 01053230105@student.uph.edu

Abstract

The development of the digital economy in Indonesia has led to the emergence of online marketplace platforms that implement policies requiring sellers to offer products at prices equal to or lower than on other platforms. This study analyzes the legal implications of such policies on business competition and their impact on sellers and consumers within the online marketplace ecosystem. The research method used is normative juridical, analyzing applicable laws and regulations, particularly Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. Secondary data from legal literature, academic journals, and relevant case studies are used to evaluate the compliance of platform policies with the principles of competition law. This study results show that platform policies limiting sellers' pricing autonomy potentially violate Article 5, Article 17, and Article 25 of Law No. 5 of 1999, which prohibit price-fixing and abuse of dominant position. These policies restrict sellers' autonomy, reduce profit margins, and may inhibit healthy competition between platforms. The negative impact on small and medium sellers can also harm consumers in the long term by reducing product choices and innovation. This study recommends reevaluating platform policies, strengthening the role of the Business Competition Supervisory Commission (KPPU) in oversight, developing specific regulations for the digital economy, educating sellers and consumers, and implementing ethical business practices by platforms. Through these measures, a healthy, fair, and sustainable digital economic ecosystem in Indonesia can be achieved.

Keywords: Competition Law; Digital Economy; Online Marketplace

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah memunculkan platform pasar daring yang menerapkan kebijakan meminta penjual menjual produk dengan harga lebih rendah atau sama dengan platform lain. Penelitian ini menganalisis implikasi hukum dari kebijakan tersebut terhadap persaingan usaha serta dampaknya bagi penjual dan konsumen dalam ekosistem pasar daring. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif, dengan menganalisis peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Data sekunder dari literatur hukum, jurnal ilmiah, dan studi kasus terkait digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian kebijakan platform dengan prinsip-prinsip hukum persaingan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan platform yang membatasi penetapan harga oleh penjual berpotensi melanggar Pasal 5, Pasal 17, dan Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999, yang melarang pengaturan harga dan penyalahgunaan posisi dominan. Kebijakan ini membatasi otonomi penjual, menekan margin keuntungan, dan dapat menghambat persaingan sehat antar platform. Dampak negatif terhadap penjual kecil dan menengah juga dapat merugikan konsumen dalam jangka panjang melalui berkurangnya pilihan produk dan inovasi. Penelitian ini merekomendasikan evaluasi ulang kebijakan oleh platform pasar daring, peningkatan peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam pengawasan, pengembangan regulasi khusus untuk ekonomi digital, edukasi bagi penjual dan konsumen, serta penerapan etika bisnis oleh platform. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan tercipta ekosistem ekonomi digital yang sehat, adil, dan berkelanjutan di Indonesia.

Kata kunci: Hukum Persaingan Usaha; Ekonomi Digital; Pasar Daring

I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu sektor yang paling terpengaruh adalah sektor perdagangan, di mana digitalisasi telah merevolusi cara konsumen dan pelaku usaha berinteraksi

(Shahbaz et al., 2022). Teknologi internet dan perangkat genggam telah memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara *online*, tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Era ekonomi digital ini ditandai dengan munculnya platform *marketplace online* yang berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli, menawarkan kemudahan akses, efisiensi transaksi, dan jangkauan pasar yang luas (Kennedy & Wartoyo, 2024b). Namun, kemudahan ini juga memunculkan tantangan baru terkait persaingan usaha dan perlindungan konsumen dalam ekosistem digital yang terus berkembang.

Di Indonesia, fenomena ini terlihat dengan jelas, negara dengan populasi lebih dari 270 juta jiwa ini memiliki potensi pasar yang besar bagi perkembangan *e-commerce*. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia terus meningkat, mencapai lebih dari 79.50% pada tahun 2024 (A. P. J. I. Indonesia, 2024). Selain itu, pertumbuhan penggunaan *smartphone* dan perubahan perilaku konsumen yang semakin terbiasa dengan layanan digital turut mendorong perkembangan ekonomi digital.

Platform *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan lainnya telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Mereka menawarkan berbagai produk dan layanan, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga barang-barang mewah. Kehadiran platform-platform ini tidak hanya memudahkan konsumen dalam berbelanja, tetapi juga membuka peluang bagi pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk mengakses pasar yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk infrastruktur fisik (Simarmata et al., 2023). Dalam persaingan yang semakin ketat antar platform *marketplace*, strategi bisnis yang inovatif dan agresif menjadi kunci untuk menarik minat konsumen dan penjual. Salah satu strategi yang diterapkan adalah penerapan kebijakan yang mengharuskan penjual untuk menjual produk mereka dengan harga lebih rendah dibandingkan dengan platform lain. Kebijakan ini biasanya disertai dengan berbagai insentif, seperti promosi, diskon, atau fitur-fitur khusus yang ditujukan untuk menarik konsumen (S. Indonesia, 2024a). Tujuan utamanya adalah untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif dan mencegah konsumen berpindah ke platform pesaing.

Namun, penerapan kebijakan tersebut menimbulkan berbagai implikasi yang kompleks. Bagi penjual, khususnya UMKM, kebijakan ini dapat membatasi otonomi mereka dalam menentukan harga jual produk. Penjual mungkin dipaksa untuk menurunkan harga hingga tingkat yang tidak menguntungkan secara finansial, mengurangi margin keuntungan, dan bahkan mengakibatkan kerugian. Hal ini dapat berdampak pada keberlanjutan usaha mereka dan kemampuan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, tekanan untuk menawarkan harga yang lebih rendah dapat mempengaruhi kualitas produk dan layanan yang diberikan (Radella et al., 2021). Penjual mungkin terpaksa mengurangi biaya produksi atau operasional, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada konsumen. Dari perspektif konsumen, meskipun harga yang lebih rendah mungkin tampak menguntungkan dalam jangka pendek, dalam jangka panjang praktik ini dapat mengurangi pilihan dan kualitas produk di pasar. Jika banyak penjual kecil dan menengah tidak mampu bertahan, pasar akan didominasi oleh beberapa pemain besar, yang dapat mengurangi persaingan dan inovasi.

Dalam konteks persaingan usaha, kebijakan platform *marketplace* yang meminta penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah menimbulkan pertanyaan serius mengenai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum persaingan usaha. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur bahwa pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian atau kegiatan yang dapat menghambat persaingan yang sehat, termasuk pengaturan harga dan penyalahgunaan posisi dominan. Praktik penetapan harga oleh platform *marketplace* dapat dianggap sebagai bentuk pengaturan harga yang dilarang, jika platform tersebut memaksa penjual untuk menetapkan harga tertentu. Selain itu, jika platform memiliki posisi dominan di pasar, kebijakan ini dapat dianggap sebagai penyalahgunaan posisi dominan yang dapat merugikan persaingan dan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mendalam mengenai implikasi hukum dari kebijakan tersebut, baik dari perspektif hukum nasional maupun internasional.

Selain aspek hukum, penting juga untuk mempertimbangkan implikasi sosial dan ekonomi dari kebijakan ini. Ekonomi digital seharusnya menjadi sarana untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Li & Rao, 2022). Jika kebijakan platform *marketplace* justru menghambat perkembangan UMKM dan merugikan konsumen dalam jangka panjang, maka tujuan tersebut tidak tercapai.

Salah satu kebijakan yang menjadi sorotan adalah permintaan kepada penjual untuk menjual produk dengan harga lebih rendah dibandingkan platform lain. Hal ini menimbulkan pertanyaan pertama: bagaimana kebijakan tersebut mempengaruhi persaingan usaha di Indonesia? Penelitian ini akan menganalisis dampak kebijakan tersebut terhadap struktur pasar, termasuk bagaimana kebijakan ini memengaruhi keseimbangan antara platform besar dan kecil, serta implikasinya terhadap kompetisi antar platform. Selain itu, penelitian akan menelaah posisi tawar penjual dan konsumen dalam ekosistem *marketplace*, untuk menentukan apakah kebijakan ini mendorong persaingan yang sehat atau justru menciptakan hambatan bagi pelaku usaha lain, terutama bagi penjual kecil dan menengah yang mungkin tidak memiliki kapasitas untuk terus menurunkan harga.

Pertanyaan kedua yang muncul adalah apakah kebijakan tersebut sejalan dengan ketentuan hukum persaingan usaha yang berlaku di Indonesia? Untuk menjawab ini, penelitian akan menelaah kebijakan tersebut dalam kerangka hukum yang ada, khususnya UU Nomor 5 Tahun 1999, serta peraturan dan kebijakan lain yang relevan. Analisis akan mencakup interpretasi pasal-pasal yang berkaitan dengan pengaturan harga, perjanjian yang dilarang, dan penyalahgunaan posisi dominan. Dengan demikian, penelitian akan mengidentifikasi apakah kebijakan platform *marketplace* ini melanggar prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat dan adil, atau masih berada dalam batasan yang diperbolehkan oleh hukum.

Pertanyaan ketiga yang perlu dijawab adalah apa dampak kebijakan tersebut terhadap penjual dan konsumen dalam ekosistem *marketplace online*? Penelitian akan mengkaji implikasi praktis dari kebijakan ini, termasuk bagaimana penjual merespons tuntutan untuk menurunkan harga. Hal ini mencakup analisis terhadap margin keuntungan penjual, keberlanjutan usaha mereka dalam jangka panjang, serta kemampuan mereka untuk bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, konsekuensi bagi konsumen juga akan dievaluasi, khususnya dalam hal harga, kualitas, dan variasi produk yang tersedia. Apakah kebijakan ini benar-benar menguntungkan konsumen dengan harga yang lebih rendah, atau justru berpotensi merugikan mereka jika kualitas produk menurun atau pilihan menjadi terbatas akibat penjual kecil yang tidak mampu bertahan?

Menanggapi pertanyaan-pertanyaan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implikasi hukum dari kebijakan platform *marketplace* yang meminta penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah. Melalui identifikasi dan analisis terhadap aspek-aspek hukum yang relevan, penelitian ini akan mengevaluasi potensi pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Hal ini mencakup kajian mendalam terhadap hukum persaingan usaha, terutama terkait dengan larangan pengaturan harga dan penyalahgunaan posisi dominan, serta bagaimana kebijakan tersebut berinteraksi dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menilai kesesuaian kebijakan tersebut dengan peraturan hukum persaingan usaha di Indonesia. Dalam konteks ini, analisis akan mempertimbangkan pandangan dari otoritas persaingan usaha, seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), dan preseden hukum yang ada. Perbandingan dengan praktik dan regulasi di negara lain juga akan dilakukan untuk memberikan perspektif yang lebih luas, sehingga dapat menilai apakah kebijakan serupa telah ditolak atau diterima di yurisdiksi lain, dan apa alasan di balik keputusan tersebut.

Akhirnya, tujuan penelitian ini adalah memberikan rekomendasi untuk praktik bisnis yang adil dan sesuai dengan hukum dalam ekonomi digital. Berdasarkan temuan penelitian, rekomendasi akan disusun bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk platform *marketplace*, penjual, konsumen, dan regulator. Untuk platform *marketplace*, rekomendasi mungkin mencakup penyesuaian kebijakan agar lebih mendukung persaingan yang sehat dan keberlanjutan penjual. Bagi penjual, saran dapat diberikan mengenai strategi adaptasi dalam menghadapi kebijakan platform. Konsumen juga akan mendapatkan manfaat dari rekomendasi yang bertujuan menjaga kualitas dan variasi produk di pasar. Bagi regulator, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam merumuskan atau merevisi regulasi yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan model bisnis baru.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami dinamika persaingan usaha di era ekonomi digital, khususnya terkait dengan peran dan kebijakan platform *marketplace*. Hasil penelitian ini tidak hanya relevan bagi komunitas akademik, tetapi juga bagi praktisi bisnis dan pembuat kebijakan. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai implikasi hukum dan praktis dari

kebijakan harga lebih rendah, diharapkan langkah-langkah strategis dapat diambil untuk memastikan bahwa perkembangan ekonomi digital di Indonesia berlangsung secara sehat, adil, dan berkelanjutan.

II. Metode Penulisan (untuk tulisan yang merupakan hasil penelitian)

Penelitian ini menggunakan metodologi yuridis normatif, yang berfokus pada analisis mendalam terhadap aturan-aturan hukum yang berlaku, khususnya dalam konteks hukum persaingan usaha di *marketplace online* (Suyanto, 2022). Pendekatan ini bertujuan untuk memahami ketentuan hukum yang ada dengan mengeksplorasi peraturan perundang-undangan, teori hukum, serta prinsip-prinsip hukum yang relevan (Sunggono, 2019). Pendekatan yuridis normatif membantu peneliti mengidentifikasi dan mengevaluasi efektivitas undang-undang yang mengatur persaingan usaha, terutama Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, dalam merespons tantangan yang muncul di era ekonomi digital.

Selain itu, metode ini melibatkan telaah terhadap literatur ilmiah, jurnal hukum, dan studi kasus hukum terkait persaingan usaha di *marketplace online* (Benuf & Azhar, 2020). Data sekunder dari berbagai sumber ini dianalisis untuk menilai apakah regulasi yang ada telah cukup memadai atau masih terdapat kekurangan yang perlu diatasi dalam mengatur persaingan usaha di pasar digital. Pendekatan yuridis normatif juga memungkinkan peneliti melakukan studi perbandingan dengan regulasi di negara lain yang telah lebih dahulu mengatur sektor digital, seperti Uni Eropa dan Amerika Serikat, yang dapat memberikan wawasan untuk perbaikan regulasi di Indonesia.

Metode ini dipilih karena cocok untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan hukum yang sifatnya normatif, seperti bagaimana undang-undang yang ada dapat mengatur fenomena digital yang dinamis, dan apakah diperlukan penyesuaian atau reformasi hukum untuk menghadapi tantangan baru dalam persaingan usaha di era digital (Sunggono, 2019). Dengan analisis normatif ini, diharapkan penelitian dapat memberikan rekomendasi yang solid dan relevan bagi pengembangan hukum persaingan usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

III. Pembahasan (Judul Pada Bagian Ini Disesuaikan Dengan Pembahasan Yang Akan Ditulis-Bisa Lebih Dari Satu Bagian)

Dampak Kebijakan *Marketplace* Terhadap Penjual dan Persaingan Usah

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi cara manusia berinteraksi dan melakukan transaksi ekonomi, platform *marketplace online* telah menjadi salah satu pilar utama dalam ekosistem perdagangan digital (Aminullah et al., 2024). Platform-platform seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lainnya telah menciptakan ruang virtual di mana penjual dan pembeli dapat bertemu dan bertransaksi dengan mudah. Dalam upaya untuk meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak konsumen, beberapa platform *marketplace* menerapkan kebijakan khusus yang berfokus pada strategi penetapan harga.

Salah satu kebijakan yang muncul adalah permintaan atau bahkan keharusan bagi penjual untuk menjual produk mereka dengan harga yang lebih rendah atau setidaknya sama dengan harga di platform lain (S. Indonesia, 2024b). Kebijakan ini bertujuan untuk memastikan bahwa platform tersebut menawarkan harga yang paling kompetitif di pasar, sehingga dapat menarik minat konsumen yang sensitif terhadap harga dan mencegah mereka berpindah ke platform lain yang menawarkan harga lebih murah. Dengan demikian, platform berupaya mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat.

Kebijakan ini sering kali dituangkan dalam bentuk perjanjian atau syarat dan ketentuan yang harus disetujui oleh penjual sebelum mereka dapat berjualan di platform tersebut. Penjual diharuskan untuk memantau harga produk mereka di platform lain dan menyesuaikannya agar sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan (Dahliyanti & Sudarnice, 2023). Beberapa platform bahkan menerapkan sistem pemantauan otomatis yang dapat mendeteksi perbedaan harga dan memberlakukan sanksi kepada penjual yang tidak mematuhi kebijakan tersebut. Sanksi yang diberikan bisa berupa penurunan peringkat pencarian produk, pembatasan akses ke fitur-

fitur promosi, atau dalam kasus ekstrem, penutupan akun penjual (Sutanto & Muryanto, 2024). Selain itu, platform juga dapat menawarkan insentif kepada penjual yang mematuhi kebijakan harga ini, seperti peningkatan visibilitas produk, akses ke program promosi eksklusif, atau pengurangan biaya komisi (S. Indonesia, 2024b). Dengan kombinasi antara sanksi dan insentif, platform berharap dapat mendorong penjual untuk menetapkan harga yang sesuai dengan kebijakan mereka.

Namun, kebijakan ini menimbulkan berbagai pertanyaan dan kekhawatiran. Di satu sisi, konsumen mungkin diuntungkan dengan adanya harga yang lebih rendah, tetapi di sisi lain, penjual mungkin menghadapi tantangan dalam mempertahankan margin keuntungan dan otonomi bisnis mereka. Selain itu, kebijakan ini juga menimbulkan isu hukum terkait persaingan usaha, karena dapat dianggap membatasi kebebasan penjual dan mempengaruhi dinamika pasar secara keseluruhan (Fadhilah, 2019).

Kebijakan yang mewajibkan penjual untuk menjual produk dengan harga lebih rendah atau sama dengan harga di platform lain memiliki dampak signifikan terhadap penjual, terutama dalam hal otonomi penetapan harga, margin keuntungan, dan posisi kompetitif mereka di pasar (Pohan et al., 2023). Kebijakan tersebut akan membatasi kebebasan penjual dalam menentukan harga jual produk mereka. Dalam ekonomi pasar bebas, penjual seharusnya memiliki hak untuk menetapkan harga berdasarkan berbagai pertimbangan, seperti biaya produksi, biaya operasional, target margin keuntungan, dan kondisi pasar. Dengan adanya kebijakan ini, penjual dipaksa untuk menyesuaikan harga mereka sesuai dengan ketentuan platform, yang mungkin tidak selalu sejalan dengan strategi bisnis atau kebutuhan finansial mereka.

Kemudian dengan adanya penurunan harga jual yang diharuskan oleh kebijakan ini dapat berdampak langsung pada margin keuntungan penjual. Penurunan harga tanpa disertai dengan pengurangan biaya produksi atau operasional berarti penjual harus menerima margin keuntungan yang lebih rendah (Ikhsan & Hasan, 2020). Hal ini khususnya memberatkan bagi penjual kecil dan menengah yang mungkin tidak memiliki skala ekonomi untuk menurunkan biaya produksi mereka. Margin keuntungan yang menipis dapat mengancam keberlanjutan usaha mereka, mengurangi kemampuan untuk berinvestasi dalam pengembangan produk, pemasaran, atau peningkatan layanan pelanggan.

Kebijakan yang diberikan tersebut dapat menciptakan tekanan kompetitif yang tidak seimbang di pasar. Penjual besar atau produsen langsung mungkin mampu menyesuaikan harga mereka karena memiliki biaya produksi yang lebih rendah atau sumber daya yang lebih besar (Fadhilah, 2019). Sebaliknya, penjual kecil dan menengah menghadapi kesulitan untuk bersaing dalam kondisi tersebut yang mana hal tersebut akan dapat berdampak pada pemenuhan hak asasi manusia mereka karena kebutuhan atas penghidupan yang layak seperti yang tertuang dalam Pasal 27 UUD 1945 (Kennedy, 2023). Ketidakseimbangan ini dapat menyebabkan konsolidasi pasar di mana penjual besar semakin dominan, sementara penjual kecil dan menengah terpinggirkan atau bahkan terpaksa keluar dari pasar.

Penjual juga menghadapi beban administratif dan operasional tambahan atas diberlakukannya kebijakan tersebut. Mereka harus secara aktif memantau harga produk mereka di berbagai platform untuk memastikan kepatuhan terhadap kebijakan harga. Proses ini memerlukan waktu dan sumber daya yang mungkin tidak dimiliki oleh penjual dengan keterbatasan staf atau teknologi (W. F. S. Putri et al., 2021). Selain itu, ketidakpastian dan ketakutan akan sanksi dari platform jika terjadi ketidakpatuhan dapat menimbulkan stres dan mengganggu fokus penjual pada aspek penting lain dari bisnis mereka.

Hal tersebut dapat membuat hubungan antara penjual dan platform menjadi kurang seimbang, dimana platform dengan kekuatan pasar besar memiliki kendali yang lebih besar atas syarat dan ketentuan perdagangan, sementara penjual memiliki posisi tawar yang lemah (Akbar et al., 2023). Ketergantungan penjual pada platform untuk akses ke pasar dan konsumen membuat mereka berada dalam posisi di mana mereka harus menerima kebijakan yang mungkin tidak menguntungkan mereka.

Secara keseluruhan, dampak kebijakan ini terhadap penjual sangat signifikan dan kompleks. Tidak hanya mempengaruhi aspek finansial dan operasional, tetapi juga berimplikasi pada otonomi bisnis dan keberlanjutan usaha penjual, terutama bagi mereka yang berada di segmen kecil dan menengah (Shakira et al., 2023). Disisi lain, kebijakan platform *marketplace* yang mewajibkan penjual untuk menjual dengan harga lebih

rendah atau sama dengan platform lain memiliki implikasi yang luas terhadap persaingan usaha. Dampak ini tidak hanya dirasakan oleh penjual individual, tetapi juga mempengaruhi struktur dan dinamika pasar secara keseluruhan.

Kebijakan tersebut dapat dianggap sebagai praktik anti-persaingan. Dengan mengharuskan penjual untuk menetapkan harga tertentu, platform secara efektif mengontrol harga di pasar, yang seharusnya ditentukan oleh mekanisme pasar bebas berdasarkan permintaan dan penawaran (Ningsih, 2019). Intervensi semacam ini dapat mengurangi variasi harga dan menghilangkan insentif bagi penjual untuk bersaing berdasarkan harga. Akibatnya, persaingan menjadi kurang dinamis dan inovatif, karena penjual tidak memiliki ruang untuk mengadopsi strategi harga yang berbeda.

Kebijakan penentuan batasan harga tersebut juga dapat mengarah pada dominasi platform tertentu dalam pasar *e-commerce*. Platform yang berhasil menerapkan kebijakan ini dan menarik lebih banyak penjual dan konsumen dapat memperkuat posisi dominannya. Dominasi ini dapat menciptakan hambatan masuk bagi platform baru atau yang lebih kecil, karena mereka tidak mampu menawarkan insentif yang sama atau menarik penjual yang sudah terikat dengan platform dominan. Hal ini dapat mengurangi tingkat persaingan antar platform, yang pada akhirnya merugikan konsumen melalui berkurangnya pilihan dan inovasi.

Platform dengan pangsa pasar besar dapat menggunakan kekuatan mereka untuk memberlakukan syarat-syarat yang menguntungkan diri mereka sendiri tetapi merugikan penjual dan pesaing (Sutanto & Muryanto, 2024). Misalnya, dengan mengontrol harga, platform dapat memastikan bahwa mereka tetap menjadi pilihan utama konsumen, sementara penjual kehilangan kontrol atas strategi bisnis mereka. Penyalahgunaan ini bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat dan dapat melanggar peraturan anti monopoli. Meskipun kebijakan ini mungkin menawarkan harga yang lebih rendah dalam jangka pendek, dominasi platform tertentu dan pengurangan persaingan dapat mengakibatkan kenaikan harga atau penurunan kualitas layanan di masa depan. Tanpa persaingan yang kuat, platform dominan mungkin tidak memiliki insentif untuk mempertahankan harga rendah atau meningkatkan layanan mereka. Selain itu, konsolidasi pasar dapat mengurangi pilihan produk dan layanan yang tersedia bagi konsumen.

Penjual mungkin enggan untuk berinovasi atau menawarkan produk unik jika mereka tidak dapat menetapkan harga yang mencerminkan nilai tambah dari produk tersebut (Styaningrum, 2021). Dengan keterbatasan dalam penetapan harga, penjual mungkin tidak dapat menutup biaya pengembangan produk baru atau investasi dalam peningkatan kualitas. Hal ini dapat mengurangi keragaman dan kualitas produk yang tersedia di pasar.

Dari perspektif hukum dan regulasi, kebijakan ini menimbulkan pertanyaan tentang kesesuaiannya dengan undang-undang persaingan usaha yang berlaku. Di Indonesia, UU Nomor 5 Tahun 1999 melarang perjanjian yang mengatur harga dan penyalahgunaan posisi dominan. Kebijakan platform yang mengatur harga jual penjual dapat dianggap melanggar ketentuan ini, yang dapat mengakibatkan konsekuensi hukum bagi platform dan berdampak negatif pada stabilitas pasar. Secara keseluruhan, dampak kebijakan ini terhadap persaingan usaha bersifat multidimensional dan kompleks. Kebijakan tersebut berpotensi mengganggu mekanisme pasar bebas, mengurangi persaingan dan inovasi, serta menciptakan risiko penyalahgunaan posisi dominan oleh platform (Kurniasari & Rahman, 2023). Dampak negatif ini tidak hanya merugikan penjual, tetapi juga konsumen dan ekonomi secara keseluruhan.

Analisis di atas menunjukkan bahwa kebijakan platform *marketplace* yang meminta atau mewajibkan penjual untuk menjual produk dengan harga lebih rendah atau sama dengan harga di platform lain memiliki dampak yang signifikan dan luas. Dampak tersebut mencakup pembatasan otonomi penjual dalam menetapkan harga, penurunan margin keuntungan, tekanan kompetitif yang tidak seimbang, dan beban administratif tambahan bagi penjual (W. F. S. Putri et al., 2021). Selain itu, kebijakan ini juga mempengaruhi dinamika persaingan usaha dengan potensi praktik anti-persaingan, dominasi platform tertentu, dan penyalahgunaan posisi dominan.

Implikasi dari kebijakan ini menimbulkan kekhawatiran tentang kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat dan peraturan hukum yang berlaku. Dalam jangka panjang, dampak negatif terhadap penjual dan persaingan usaha dapat merugikan konsumen melalui berkurangnya pilihan produk,

inovasi, dan potensi kenaikan harga. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi mendalam terhadap kebijakan ini, baik dari perspektif ekonomi maupun hukum. Pemerintah dan regulator perlu mempertimbangkan langkah-langkah yang tepat untuk memastikan bahwa perkembangan ekonomi digital berjalan seiring dengan prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat dan adil. Hal ini termasuk pengawasan terhadap praktik platform *marketplace*, perlindungan terhadap hak dan otonomi penjual, serta upaya untuk mendorong persaingan yang dinamis dan inovatif di pasar *e-commerce*.

Potensi Pelanggaran Undang-Undang atas Kebijakan Pengaturan Harga oleh *Marketplace*

Perkembangan ekonomi digital dan kemunculan platform *marketplace online* telah membawa tantangan baru dalam penerapan hukum persaingan usaha di Indonesia. Kebijakan yang diterapkan oleh beberapa platform *marketplace* yang meminta atau bahkan mewajibkan penjual untuk menjual produk mereka dengan harga lebih rendah atau setidaknya sama dengan harga di platform lain menimbulkan pertanyaan mengenai kesesuaiannya dengan UU Nomor 5 Tahun 1999. Dalam analisis ini, akan dibahas bagaimana kebijakan tersebut dapat melanggar beberapa pasal dalam UU No. 5 Tahun 1999, khususnya Pasal 5, Pasal 17, dan Pasal 25, serta implikasi hukum yang mungkin timbul. Pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya guna menetapkan harga atas suatu barang atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar yang bersangkutan yang sama. Pasal ini bertujuan untuk mencegah praktik kartel harga atau penetapan harga secara horizontal yang dapat merugikan konsumen dan mengganggu mekanisme pasar bebas.

Dalam konteks kebijakan platform *marketplace* yang mewajibkan penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah atau sama dengan harga di platform lain, terdapat potensi pelanggaran terhadap Pasal 5. Meskipun platform dan penjual bukanlah pelaku usaha pesaing secara langsung, namun platform memiliki peran signifikan dalam mengatur harga yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen (S. Indonesia, 2024b). Dengan menetapkan kebijakan tersebut, platform secara efektif mengontrol harga jual produk, yang seharusnya ditentukan oleh penjual berdasarkan mekanisme pasar.

Kontrol terhadap harga jual oleh platform dapat dianggap sebagai bentuk intervensi yang mengganggu kebebasan penjual dalam menetapkan harga. Kebebasan ini merupakan salah satu prinsip dasar dalam ekonomi pasar bebas dan dijamin oleh hukum.¹ Dengan membatasi hak penjual untuk menentukan harga, platform dapat dianggap melanggar Pasal 5 karena menciptakan kondisi di mana harga ditetapkan bukan oleh penjual, tetapi oleh kebijakan platform (Adam, 2023). Selain itu, kebijakan ini juga dapat mengarah pada homogenisasi harga di pasar, mengurangi variasi harga yang seharusnya menjadi hasil dari persaingan bebas. Hal ini dapat merugikan konsumen dalam jangka panjang, karena mengurangi pilihan dan potensi mendapatkan harga yang lebih kompetitif melalui mekanisme tawar-menawar atau diskon yang ditawarkan secara independen oleh penjual.

Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha yang menguasai pasar untuk menetapkan syarat-syarat perdagangan yang dapat merugikan konsumen atau menghambat pesaing. Pelaku usaha dianggap menguasai pasar jika memiliki pangsa pasar tertentu yang signifikan dan mampu mempengaruhi kondisi pasar secara umum. Platform *marketplace* yang memiliki pangsa pasar besar dan jumlah pengguna yang signifikan dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha yang menguasai pasar. Dengan kekuatan tersebut, platform memiliki kemampuan untuk menetapkan syarat-syarat perdagangan, termasuk kebijakan harga yang harus diikuti oleh penjual (A. T. N. Putri et al., 2024). Kebijakan yang mewajibkan penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah atau sama dengan platform lain dapat dianggap sebagai syarat perdagangan yang merugikan, baik bagi penjual maupun bagi pesaing.

Bagi penjual, kebijakan ini membatasi fleksibilitas mereka dalam berbisnis dan dapat mengurangi margin keuntungan, yang mana mempunyai implikasi terhadap berbagai macam bidang seperti penurunan kualitas hidup bukan hanya bagi penjual, akan tetapi juga bagi seluruh pekerja yang dinaunginya karena mendapatkan potongan dalam hal hak upah mereka tidak dipenuhi (Kennedy, 2024b). Bagi pesaing, terutama platform *marketplace* lain yang lebih kecil, kebijakan ini menciptakan hambatan untuk bersaing secara adil. Jika platform

¹ Dapat melanggar Pasal 5, 17, dan 25 UU No. 5 Tahun 1999

dominan berhasil menekan harga jual di platform mereka, platform lain mungkin kesulitan untuk menarik penjual dan konsumen, karena tidak dapat menawarkan harga yang lebih kompetitif. Hal ini dapat mengarah pada situasi di mana platform dominan semakin menguasai pasar, sementara pesaing lainnya terhambat pertumbuhannya.

Lebih lanjut, syarat-syarat perdagangan yang ditetapkan oleh platform dapat dianggap merugikan konsumen dalam jangka panjang. Meskipun konsumen mungkin menikmati harga yang lebih rendah dalam jangka pendek, kurangnya persaingan antar platform dapat mengurangi insentif untuk inovasi dan peningkatan kualitas layanan. Pada akhirnya, konsumen mungkin menghadapi pilihan yang terbatas dan potensi kenaikan harga jika platform dominan memutuskan untuk memanfaatkan posisi mereka tanpa adanya pesaing yang kuat.

Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha yang memiliki posisi dominan untuk menyalahgunakan posisi tersebut dengan cara yang dapat merugikan persaingan usaha atau kepentingan umum. Posisi dominan didefinisikan sebagai situasi di mana pelaku usaha tidak memiliki pesaing yang signifikan di pasar yang bersangkutan, atau memiliki posisi tertinggi di antara pesaing lainnya dalam hal pangsa pasar dan kemampuan mempengaruhi pasar.

Platform *marketplace* dengan pangsa pasar besar dan basis pengguna yang luas dapat dianggap memiliki posisi dominan. Penyalahgunaan posisi dominan dapat terjadi jika platform menggunakan kekuatan mereka untuk memberlakukan kebijakan yang merugikan penjual atau menghambat persaingan. Kebijakan yang mewajibkan penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah atau sama dengan platform lain dapat dianggap sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan (Pasaribu, 2024). Dengan kebijakan tersebut, platform memaksa penjual untuk mengikuti syarat-syarat yang ditetapkan tanpa memberikan ruang bagi negosiasi atau fleksibilitas. Penjual tidak memiliki banyak pilihan, karena ketergantungan mereka pada platform untuk mengakses pasar dan konsumen. Selain itu, platform dapat menggunakan kebijakan ini untuk menghambat pertumbuhan pesaing, dengan memastikan bahwa harga di platform mereka selalu lebih kompetitif, sehingga menarik lebih banyak konsumen dan penjual.

Penyalahgunaan posisi dominan ini bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. Dalam jangka panjang, dominasi platform tertentu dapat mengurangi persaingan, inovasi, dan pilihan bagi konsumen. Hal ini juga dapat merugikan penjual, terutama yang berskala kecil dan menengah, yang tidak memiliki daya tawar kuat terhadap platform dominan. Berdasarkan analisis terhadap Pasal 5, Pasal 17, dan Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999, kebijakan platform *marketplace* yang meminta penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah atau sama dengan platform lain berpotensi melanggar ketentuan-ketentuan tersebut. Implikasi hukumnya adalah bahwa platform dapat dikenai sanksi oleh KPPU jika terbukti melakukan pelanggaran.

KPPU sebagai lembaga yang berwenang dalam mengawasi pelaksanaan UU No. 5 Tahun 1999 memiliki kewenangan untuk melakukan penyelidikan dan penindakan terhadap praktek-praktek yang melanggar hukum persaingan usaha. Jika platform terbukti melanggar, KPPU dapat menjatuhkan sanksi administratif berupa denda, perintah untuk menghentikan praktik yang melanggar, atau tindakan lain yang dianggap perlu untuk memulihkan kondisi persaingan yang sehat.

Selain implikasi hukum, terdapat implikasi praktis bagi platform, penjual, dan konsumen. Platform yang terlibat dalam praktik melanggar hukum dapat mengalami kerugian reputasi dan kepercayaan dari penjual dan konsumen. Penjual mungkin mencari alternatif platform yang lebih adil dan tidak memberlakukan kebijakan yang merugikan. Konsumen juga dapat terpengaruh jika pilihan produk dan layanan menjadi terbatas akibat penurunan jumlah penjual atau berkurangnya persaingan.

Dalam menilai apakah kebijakan platform melanggar UU No. 5 Tahun 1999, perlu dilakukan penafsiran yang komprehensif terhadap ketentuan hukum dan fakta-fakta yang ada. Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Apakah platform dan penjual dianggap sebagai pelaku usaha pesaing atau memiliki hubungan vertikal? Dalam konteks hukum persaingan usaha, hubungan vertikal biasanya terjadi antara pelaku usaha pada tingkat produksi atau distribusi yang berbeda. Meskipun demikian, intervensi platform dalam penetapan harga jual dapat dianggap sebagai pengaruh horizontal jika berdampak pada kompetisi di antara penjual.
2. Platform mungkin berargumen bahwa kebijakan tersebut bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan memberikan manfaat bagi konsumen melalui harga yang lebih rendah. Namun, jika dampaknya justru merugikan persaingan dan menghambat penjual lain, maka kebijakan tersebut dapat dianggap melanggar hukum.
3. Apakah platform benar-benar memiliki posisi dominan di pasar? Jika ya, apakah kebijakan mereka merupakan bentuk penyalahgunaan posisi tersebut? Penentuan posisi dominan memerlukan analisis pangsa pasar, kekuatan pasar, dan kemampuan platform untuk mempengaruhi kondisi pasar secara signifikan.
4. Ekonomi digital memiliki karakteristik khusus, seperti efek jaringan dan *economies of scale* yang berbeda dari ekonomi tradisional. Penafsiran hukum perlu mempertimbangkan karakteristik ini untuk memastikan bahwa penerapan hukum persaingan usaha tetap relevan dan efektif dalam konteks baru.

Melihat praktik di negara lain dapat memberikan wawasan tambahan. Di Uni Eropa, misalnya, klausul paritas harga yang diterapkan oleh platform online *hotel booking* telah dianggap melanggar hukum persaingan dan dilarang di beberapa negara anggota (Ennis et al., 2023). Otoritas persaingan di negara-negara tersebut menilai bahwa klausul tersebut menghambat persaingan harga dan merugikan konsumen.

Di Amerika Serikat, otoritas persaingan juga mengawasi praktik platform digital besar yang berpotensi menyalahgunakan posisi dominan mereka. Kasus-kasus seperti terhadap Amazon dan Apple menunjukkan bahwa intervensi dalam penetapan harga dan syarat perdagangan dapat menjadi subjek penyelidikan anti-monopoli (Kim, 2021). Pengalaman internasional ini menunjukkan bahwa ada kesadaran global mengenai potensi pelanggaran hukum persaingan usaha oleh platform digital, dan pentingnya regulasi yang tepat untuk mengatasi tantangan ini.

Untuk mengatasi potensi pelanggaran dan memastikan persaingan usaha yang sehat, beberapa langkah dapat direkomendasikan:

1. KPPU perlu proaktif dalam memantau dan menindak praktik-praktik yang berpotensi melanggar UU No. 5 Tahun 1999. Penyelidikan terhadap kebijakan platform *marketplace* dan dampaknya terhadap persaingan perlu dilakukan secara menyeluruh.
2. Pemerintah dan legislatif dapat mempertimbangkan penyusunan regulasi khusus yang mengatur platform digital dan *marketplace online*. Regulasi ini harus mempertimbangkan karakteristik unik ekonomi digital dan memastikan bahwa hukum persaingan usaha dapat diterapkan secara efektif.
3. Penjual perlu diberikan edukasi mengenai hak-hak mereka dan ketentuan hukum yang berlaku. Sosialisasi mengenai praktik bisnis yang adil dan legal dapat membantu penjual untuk memahami dan menolak kebijakan yang merugikan mereka.
4. Platform *marketplace* sebaiknya membuka dialog dengan penjual untuk mencari solusi yang menguntungkan semua pihak. Kebijakan yang diterapkan harus mempertimbangkan kepentingan penjual dan tidak hanya berfokus pada keuntungan platform.

Kebijakan platform *marketplace* yang meminta atau mewajibkan penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah atau sama dengan platform lain berpotensi melanggar Pasal 5, Pasal 17, dan Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999. Kebijakan tersebut membatasi kebebasan penjual dalam menetapkan harga, merugikan persaingan sehat antar platform, dan dapat dianggap sebagai penyalahgunaan posisi dominan oleh platform yang menguasai pasar.

Implikasi hukum dari pelanggaran ini serius, termasuk kemungkinan sanksi dari KPPU dan dampak negatif terhadap reputasi dan keberlanjutan bisnis platform. Oleh karena itu, penting bagi platform untuk meninjau kembali kebijakan mereka dan memastikan bahwa praktik bisnis yang diterapkan sejalan dengan hukum dan prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat. Dengan memahami dan mematuhi ketentuan hukum yang

berlaku, platform *marketplace* dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi digital yang adil dan berkelanjutan, memberikan manfaat bagi penjual, konsumen, dan seluruh ekosistem perdagangan elektronik di Indonesia.

Etika Bisnis dan Perbandingan Kebijakan dengan Negara Lain

Perkembangan ekonomi digital telah membawa perubahan signifikan dalam praktik bisnis global, termasuk dalam hal persaingan usaha. Negara-negara di seluruh dunia menghadapi tantangan dalam mengatur platform digital, terutama terkait dengan kebijakan harga yang dapat mempengaruhi dinamika pasar. Untuk memahami posisi Indonesia dalam konteks ini, penting untuk melakukan komparasi dengan regulasi yang diterapkan di negara lain, seperti Uni Eropa dan Amerika Serikat, yang telah mengambil langkah-langkah konkret dalam mengatasi masalah serupa.

Di Uni Eropa, perhatian terhadap praktik anti-persaingan oleh platform digital telah menjadi fokus utama otoritas regulasi. Salah satu isu yang menonjol adalah penggunaan klausul paritas harga atau "*price parity clauses*" oleh platform *online* (Ennis et al., 2023). Klausul ini mengharuskan penjual untuk tidak menawarkan produk atau layanan mereka dengan harga lebih rendah di platform lain atau melalui saluran penjualan mereka sendiri. Praktik ini dianggap dapat membatasi persaingan harga antar platform dan menghambat kebebasan penjual dalam menetapkan strategi harga mereka.

Sebagai respons terhadap hal ini, Uni Eropa telah melarang penggunaan klausul paritas harga yang memaksa penjual untuk menawarkan harga yang sama atau lebih rendah di platform tertentu (Mantovani et al., 2021). Larangan ini bertujuan untuk mendorong persaingan yang lebih sehat antar platform dan memberikan kebebasan lebih besar kepada penjual dalam menetapkan harga. Dengan demikian, penjual dapat menawarkan harga yang lebih kompetitif di platform lain atau melalui saluran penjualan langsung mereka, sehingga konsumen mendapatkan manfaat dari persaingan harga yang lebih ketat.

Selain itu, Uni Eropa juga telah mengadopsi Regulasi *Platform-to-Business* (P2B) yang bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan keadilan dalam hubungan antara platform *online* dan pengguna bisnis (Aloisi, 2022). Regulasi ini mengharuskan platform untuk memberikan informasi yang jelas tentang syarat dan ketentuan mereka, termasuk kebijakan peringkat pencarian dan alasan penangguhan atau penghentian akun penjual. Langkah ini menunjukkan komitmen Uni Eropa dalam menciptakan ekosistem digital yang adil dan transparan bagi semua pelaku pasar.

Di Amerika Serikat, pengawasan terhadap praktik anti-persaingan oleh platform digital besar dilakukan melalui *Federal Trade Commission* (FTC) (Hazlett, 2023). FTC memiliki mandat untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa pasar tetap kompetitif. Dalam konteks platform digital, FTC telah melakukan investigasi dan penindakan terhadap perusahaan-perusahaan besar yang diduga melakukan praktik monopoli atau anti-persaingan.

Salah satu kasus yang menonjol adalah investigasi terhadap perusahaan teknologi besar terkait dengan penggunaan data dan kontrol pasar mereka (Kim, 2021). FTC telah menyoroti bagaimana platform digital dapat menyalahgunakan posisi dominan mereka untuk menghambat persaingan, misalnya dengan mengutamakan produk atau layanan mereka sendiri di atas penawaran dari pihak ketiga. Selain itu, FTC juga mengawasi praktik-praktik yang dapat membatasi kebebasan penjual, termasuk kebijakan harga yang tidak adil.

Dari pengalaman Uni Eropa dan Amerika Serikat, terdapat beberapa pembelajaran penting bagi Indonesia dalam mengatur platform digital dan memastikan persaingan usaha yang sehat. Pertama, terdapat kebutuhan untuk mengembangkan regulasi khusus yang mempertimbangkan karakteristik unik ekonomi digital. Ekonomi digital memiliki dinamika yang berbeda dengan ekonomi tradisional, termasuk kecepatan inovasi teknologi, model bisnis yang disruptif, dan jangkauan pasar yang lintas batas. Regulasi yang ada mungkin tidak cukup untuk mengatasi tantangan baru yang muncul, sehingga diperlukan kerangka hukum yang lebih komprehensif dan adaptif.

Selain itu, pengawasan yang lebih ketat oleh otoritas persaingan usaha juga menjadi sangat penting. KPPU di Indonesia perlu proaktif dalam memantau praktik-praktik platform *online* dan memastikan kepatuhan terhadap hukum persaingan usaha (Fadhilah, 2019). Ini termasuk melakukan investigasi terhadap dugaan praktik anti-persaingan, memberikan sanksi yang tepat, dan berkolaborasi dengan otoritas internasional untuk menangani isu yang bersifat global.

Selain itu, penting bagi Indonesia untuk memperhatikan pentingnya transparansi dan keadilan dalam hubungan antara platform dan penjual. Platform harus menyediakan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang kebijakan mereka, termasuk kebijakan harga, peringkat pencarian, dan prosedur penanganan sengketa (Simarmata et al., 2023). Dengan demikian, penjual dapat membuat keputusan yang terinformasi dan merasa dilindungi dalam ekosistem digital. Implementasi regulasi yang efektif juga memerlukan partisipasi aktif dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat sipil. Dialog dan konsultasi publik dapat membantu memastikan bahwa regulasi yang dikembangkan mencerminkan kebutuhan dan kepentingan semua pihak, serta dapat diimplementasikan secara efektif.

Dalam konteks ini, Indonesia dapat mengambil langkah-langkah konkret untuk mengadaptasi praktik terbaik dari negara lain. Misalnya, dengan melarang klausul paritas harga yang membatasi kebebasan penjual dalam menetapkan harga, Indonesia dapat mendorong persaingan yang lebih sehat antar platform dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi konsumen (Sutanto & Muryanto, 2024). Selain itu, dengan meningkatkan kapasitas dan sumber daya KPPU, Indonesia dapat memastikan bahwa otoritas persaingan usaha memiliki kemampuan untuk menangani tantangan yang muncul dari ekonomi digital.

Penting juga bagi Indonesia untuk mempertimbangkan aspek edukasi dan peningkatan kesadaran di kalangan penjual dan konsumen (Munawaroh, 2024). Dengan memahami hak dan kewajiban mereka, penjual dapat lebih aktif dalam memperjuangkan kepentingan mereka dan berpartisipasi dalam pengembangan ekosistem digital yang adil. Konsumen, di sisi lain, dapat membuat pilihan yang lebih terinformasi dan mendukung praktik bisnis yang etis.

Secara keseluruhan, komparasi dengan regulasi di negara lain menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi Indonesia dalam mengatur platform digital bukanlah hal yang unik. Negara-negara di seluruh dunia sedang berupaya untuk menemukan keseimbangan antara mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi digital, serta memastikan persaingan yang sehat dan perlindungan bagi semua pelaku pasar. Dengan belajar dari pengalaman negara lain dan mengadaptasinya sesuai dengan konteks nasional, Indonesia dapat mengembangkan kerangka regulasi yang efektif dan berkelanjutan.

Selain pertimbangan hukum dan regulasi, penting untuk mengevaluasi kebijakan platform *marketplace* dari perspektif etika bisnis. Etika bisnis berkaitan dengan prinsip-prinsip moral yang mengatur perilaku perusahaan dalam beroperasi dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan mereka (Asida et al., 2022). Dalam konteks kebijakan yang meminta penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah dibandingkan platform lain, terdapat beberapa aspek etika yang perlu dipertimbangkan.

Kebijakan yang diterapkan oleh platform harus adil bagi semua pihak yang terlibat, termasuk penjual kecil dan menengah. Kebijakan yang memaksa penjual untuk menurunkan harga dapat menimbulkan ketidakadilan jika penjual tidak memiliki kapasitas yang sama untuk menyerap penurunan margin keuntungan (Hazlett, 2023). Penjual besar mungkin mampu mengatasi tekanan harga karena skala ekonomi yang mereka miliki, sementara penjual kecil dapat mengalami kesulitan finansial. Hal ini dapat memperbesar kesenjangan antara pelaku usaha dan mengganggu keseimbangan pasar.

Indonesia merupakan negara yang menjunjung tinggi nilai-nilai bangsa yang tertanam melalui Pancasila, dimana diharapkan agar seluruh aktivitas termasuk aktivitas usaha mengikuti nilai-nilai yang telah hidup di tengah bangsa Indonesia, salah satunya adalah melalui prinsip keadilan (Kennedy & Wartoyo, 2024a). Prinsip keadilan juga mengharuskan platform untuk mempertimbangkan dampak kebijakan mereka terhadap keberlangsungan usaha penjual. Memaksakan kebijakan harga tanpa memperhatikan kondisi individual penjual dapat dianggap tidak etis. Sebaliknya, platform seharusnya memberikan ruang bagi penjual untuk menetapkan strategi harga mereka sendiri, sesuai dengan model bisnis dan target pasar mereka. Platform

marketplace memiliki peran signifikan dalam ekosistem bisnis digital dan karenanya memiliki tanggung jawab untuk mendukung perkembangan yang sehat dan berkelanjutan. Ini termasuk mendukung penjual kecil dan menengah, yang sering kali menjadi tulang punggung ekonomi lokal. Dengan memberikan dukungan berupa pelatihan, akses ke teknologi, dan fasilitas pemasaran, platform dapat membantu penjual meningkatkan daya saing mereka.

Tanggung jawab sosial juga mencakup komitmen untuk tidak melakukan praktik bisnis yang merugikan pihak lain atau masyarakat luas. Kebijakan yang dapat mengarah pada monopoli atau menghambat persaingan sehat bertentangan dengan prinsip tanggung jawab sosial. Platform harus berupaya untuk menciptakan lingkungan bisnis yang inklusif dan mendorong inovasi, yang pada akhirnya akan memberikan manfaat bagi konsumen dan ekonomi secara keseluruhan (Kim, 2021). Kebijakan dan syarat-syarat yang diberlakukan harus disampaikan dengan jelas dan transparan oleh platform *marketplace* kepada penjual. Penjual perlu memahami dengan tepat apa yang diharapkan dari mereka, konsekuensi dari ketidakpatuhan, dan bagaimana kebijakan tersebut akan mempengaruhi bisnis mereka. Ketidakjelasan atau informasi yang menyesatkan dapat dianggap sebagai pelanggaran etika bisnis dan merusak hubungan jangka panjang.

Transparansi juga melibatkan keterbukaan dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan data. Platform harus memastikan bahwa data penjual digunakan secara etis dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Penjual harus diberi tahu tentang bagaimana data mereka digunakan dan memiliki kontrol atas informasi pribadi mereka (Kennedy, 2024a). Ini penting untuk menjaga privasi dan mencegah penyalahgunaan data. Semua penjual harus diperlakukan secara adil dan tidak boleh ada perlakuan istimewa yang menguntungkan satu pihak atas pihak lain tanpa alasan yang sah (Asida et al., 2022). Diskriminasi dapat terjadi jika kebijakan harga secara tidak proporsional mempengaruhi penjual tertentu, misalnya berdasarkan ukuran bisnis, lokasi geografis, atau jenis produk. Platform harus memastikan bahwa kebijakan mereka tidak menimbulkan bias dan memberikan kesempatan yang sama bagi semua penjual untuk berhasil. Dengan melibatkan penjual dalam pengembangan kebijakan dan mendengarkan masukan mereka, platform dapat menciptakan kebijakan yang lebih efektif dan diterima oleh semua pihak. Ini juga membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan saling menguntungkan antara platform dan penjual.

Dari perspektif etika bisnis, kebijakan yang meminta penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah dibandingkan platform lain menimbulkan sejumlah tantangan moral (Cano et al., 2023). Meskipun tujuan kebijakan tersebut mungkin untuk memberikan harga terbaik bagi konsumen, dampaknya terhadap penjual dan persaingan usaha harus dipertimbangkan secara hati-hati. Platform perlu menyeimbangkan kepentingan mereka dengan tanggung jawab mereka terhadap penjual dan pasar secara keseluruhan.

Untuk mencapai keseimbangan ini, platform dapat mengambil beberapa langkah konkret. Pertama, mereka dapat menyediakan fleksibilitas dalam kebijakan harga, memungkinkan penjual untuk menetapkan harga berdasarkan pertimbangan bisnis mereka sendiri. Kedua, platform dapat menawarkan dukungan tambahan kepada penjual yang mungkin terkena dampak negatif dari kebijakan harga, seperti program pelatihan atau bantuan pemasaran. Ketiga, platform dapat memastikan bahwa kebijakan mereka konsisten dengan prinsip-prinsip etika bisnis dan tidak bertentangan dengan hukum persaingan usaha. Dengan menerapkan pendekatan yang berfokus pada etika, platform *marketplace* dapat membangun reputasi positif dan hubungan yang kuat dengan penjual dan konsumen. Hal ini tidak hanya menguntungkan bagi keberhasilan bisnis mereka sendiri tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi digital yang berkelanjutan dan inklusif.

Melalui komparasi dengan regulasi di negara lain dan analisis dari perspektif etika bisnis, dapat disimpulkan bahwa kebijakan platform *marketplace* yang meminta penjual untuk menjual dengan harga lebih rendah dibandingkan platform lain menimbulkan implikasi yang kompleks. Regulasi di Uni Eropa dan Amerika Serikat menunjukkan kecenderungan untuk melarang atau mengawasi praktik-praktik yang dapat membatasi persaingan dan merugikan penjual (Ennis et al., 2023; Hazlett, 2023). Indonesia dapat mengambil pembelajaran dari pengalaman tersebut untuk mengembangkan regulasi yang sesuai dengan konteks nasional dan dinamika ekonomi digital.

Dari sudut pandang etika bisnis, platform perlu mempertimbangkan prinsip keadilan, tanggung jawab sosial, transparansi, dan non-diskriminasi dalam kebijakan mereka. Dengan mengedepankan etika dalam praktik

bisnis, platform dapat menciptakan ekosistem yang lebih sehat dan mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan. Penting bagi semua pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, otoritas regulasi, platform, penjual, dan konsumen, untuk bekerja sama dalam menghadapi tantangan ini. Melalui dialog dan kolaborasi, solusi yang adil dan efektif dapat ditemukan, memastikan bahwa perkembangan ekonomi digital memberikan manfaat maksimal bagi seluruh masyarakat.

IV. Penutup

Kebijakan platform *marketplace* yang mewajibkan atau mendorong penjual untuk menjual produk dengan harga lebih rendah atau sama dengan platform lain memiliki dampak signifikan terhadap struktur persaingan usaha di Indonesia. Di satu sisi, kebijakan ini dapat memberikan manfaat harga yang lebih rendah bagi konsumen dalam jangka pendek. Namun, di sisi lain, kebijakan tersebut membawa dampak negatif terhadap penjual, terutama yang berskala kecil dan menengah, dengan menekan margin keuntungan mereka dan membatasi otonomi dalam penetapan harga. Dalam jangka panjang, kebijakan ini berpotensi menghambat keberlanjutan usaha penjual kecil dan mengurangi tingkat persaingan antar-platform, yang pada akhirnya dapat merugikan konsumen melalui berkurangnya pilihan produk, inovasi, dan kemungkinan kenaikan harga.

Secara hukum, kebijakan ini berpotensi melanggar prinsip-prinsip persaingan usaha yang diatur dalam UU Nomor 5 Tahun 1999, khususnya Pasal 5 tentang pengaturan harga, Pasal 17 terkait syarat-syarat perdagangan yang merugikan, dan Pasal 25 tentang penyalahgunaan posisi dominan. Pengaturan harga oleh platform *marketplace* dapat dinilai sebagai bentuk penghambatan terhadap mekanisme pasar bebas dan menimbulkan dominasi platform tertentu di pasar *e-commerce*, sehingga menghambat persaingan usaha yang sehat dan merugikan kepentingan umum.

Selain itu, kebijakan tersebut menimbulkan isu etika bisnis, terutama terkait dengan prinsip keadilan, tanggung jawab sosial, transparansi, dan non-diskriminasi. Platform seharusnya mempertimbangkan dampak kebijakan ini terhadap penjual kecil dan menengah serta memastikan bahwa kebijakan tersebut tidak menimbulkan ketidakadilan atau merugikan keberlanjutan usaha penjual.

Adapun saran yang dapat diberikan dalam menekan dan/atau menyelesaikan kendala atas kebijakan tersebut antara lain:

1. Platform *marketplace* perlu mengevaluasi dan meninjau ulang kebijakan harga mereka untuk mendukung persaingan usaha yang sehat. Kebijakan harga sebaiknya memberikan fleksibilitas kepada penjual untuk menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka, terutama bagi penjual kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan dalam bersaing dari sisi harga. Platform juga sebaiknya memberikan insentif yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan daripada sekadar penurunan harga.
2. KPPU perlu secara aktif memantau dan menindak kebijakan yang berpotensi melanggar Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. Pengawasan yang ketat terhadap praktik *marketplace* diperlukan untuk mencegah penyalahgunaan posisi dominan dan memastikan bahwa persaingan usaha berjalan secara sehat dan adil. KPPU dapat mengeluarkan pedoman khusus yang menjelaskan batasan-batasan yang harus diperhatikan oleh platform dalam mengatur harga.
3. Pemerintah dan legislatif perlu mempertimbangkan regulasi khusus yang mengatur ekonomi digital, terutama terkait dengan platform *marketplace*. Regulasi ini harus mempertimbangkan karakteristik unik ekonomi digital dan menekankan pada transparansi, perlindungan konsumen, serta perlindungan terhadap penjual kecil dan menengah. Regulasi yang jelas dan komprehensif dapat membantu menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan.
4. Pemerintah dan asosiasi *e-commerce* dapat bekerja sama untuk memberikan edukasi kepada penjual mengenai hak-hak mereka dalam menghadapi kebijakan platform. Dengan memahami ketentuan hukum yang berlaku, penjual dapat lebih proaktif dalam menegosiasikan kebijakan yang adil. Konsumen juga perlu diberi pemahaman tentang pentingnya mendukung penjual kecil dan menengah sebagai bagian dari ekosistem ekonomi digital yang berkelanjutan.

Platform perlu mengedepankan etika bisnis dalam setiap kebijakan yang mereka terapkan, dengan mempertimbangkan prinsip keadilan, transparansi, dan non-diskriminasi. Dengan mengedepankan etika bisnis, platform dapat menciptakan lingkungan yang lebih kondusif dan mendukung pertumbuhan usaha penjual secara adil. Hal ini juga akan membantu meningkatkan reputasi dan kepercayaan dari penjual dan konsumen terhadap platform. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan perkembangan ekonomi digital di Indonesia dapat berjalan secara sehat, adil, dan berkelanjutan, memberikan manfaat maksimal bagi penjual, konsumen, serta seluruh masyarakat.

Daftar Pustaka

- Adam, R. (2023). Predatory Pricing for E-Commerce Businesses from a Business Competition Law Perspective. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(8), 1-22. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i8.1438>
- Akbar, R., Yetti, D., Rahmayani, M., Nurbit, N., & Yelmi, H. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Melalui Platform Marketplace dan Sosial Media Bagi UMKM Kerajinan Di Desa Ridan Permai Kecamatan Bangkinang Kota. *Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 1(6), 172-180. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v1i6.370>
- Aloisi, A. (2022). Platform Work in Europe: Lessons Learned, Legal Developments and Challenges Ahead. *European Labour Law Journal*, 13(1), 610-612. <https://doi.org/10.1177/20319525211062557>
- Aminullah, E., Fizzanty, T., Nawawi, N., Suryanto, J., Pranata, N., Maulana, I., Ariyani, L., Wicaksono, A., Suardi, I., Aziz, N. L. L., & Budiatri, A. P. (2024). Interactive Components of Digital MSMEs Ecosystem for Inclusive Digital Economy in Indonesia. *Journal of the Knowledge Economy*, 15, 487-517. <https://doi.org/10.1007/s13132-022-01086-8>
- Asida, E., Vinuzia, M., & Yusril, M. (2022). Analisis Etika Bisnis Online Melalui Perspektif Penjual, Pembeli, Dan Penyedia Layanan Online Marketplace Di Indonesia. *Journal of Applied Business and Banking*, 3(2), 116-124. <https://doi.org/10.31764/jabb.v3i2.11931>
- Benuf, K., & Azhar, M. (2020). Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer. *Gema Keadilan*, 7(1), 20-33. <https://doi.org/10.14710/gk.2020.7504>
- Cano, J. A., Londoño-Pineda, A. A., Campo, E. A., & Fernández, S. A. (2023). Sustainable Business Models of E-marketplaces: An Analysis from the Consumer Perspective. *Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity*, 9(3), 100121. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100121>
- Dahliyanti, H., & Sudarnice. (2023). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 65-75. <https://doi.org/10.62394/projmb.v2i2.73>
- Ennis, S., Ivaldi, M., & Lagos, V. (2023). Price-Parity Clauses for Hotel Room Booking: Empirical Evidence from Regulatory Change. *The Journal of Law and Economics*, 66(2), 309-331. <https://doi.org/10.1086/723456>
- Fadhilah, M. (2019). Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Kerangka Ekstrateritorial. *Wawasan Yuridika*, 3(1), 55-72. <https://doi.org/10.25072/jwy.v3i1.217>
- Hazlett, T. W. (2023). Populist Antitrust: The Case of FTC v. Facebook. *The Antitrust Bulletin*, 68(2), 250-262. <https://doi.org/10.1177/0003603X231163218>
- Ikhsan, M., & Hasan, M. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(1), 39-46. <https://doi.org/10.26858/je3s.v1i1.41>
- Indonesia, A. P. J. I. (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. <https://survei.apjii.or.id/survei>
- Indonesia, S. (2024a). *Menominasikan Produk dan Memeriksa Status Nominasi*. Pusat Edukasi Penjual Shopee. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7618>

- Indonesia, S. (2024b). *Menominasikan Produk dan Memeriksa Status Nominasi*. Pusat Edukasi Penjual Shopee.
- Kennedy, A. (2023). Hak Asasi Manusia dan Keadilan Bermartabat: Perbandingan Teori dan Realitas di Indonesia. *Ekasakti Jurnal Penelitian & Pengabdian*, 4(1), 132-141. <https://doi.org/10.31933/ejpp.v4i1.1043>
- Kennedy, A. (2024a). Perlindungan Data Pribadi Dalam Dunia Siber Di Indonesia Ditinjau Berdasarkan Hukum Tata Negara. *Hukum Dinamika Ekselensia*, 6(2), 82-98.
- Kennedy, A. (2024b). Perlindungan Hak Upah Bagi Pekerja Dalam Lingkup Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(2), 1108-1119. <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.2.10604.1108-1119>
- Kennedy, A., & Wartoyo, F. X. (2024a). Harmonizing Diversity: Pancasila's Role As The Cornerstone Of Multi-cultural Harmony As Legal Discours. *Global International Journal of Innovative Research*, 2(4), 747-759. <https://doi.org/10.59613/global.v2i4.137>
- Kennedy, A., & Wartoyo, F. X. (2024b). Tinjauan Hukum Penjualan Sirine dan Lampu Isyarat Kepada Masyarakat Sipil Berdasarkan Hak dan Kewajiban Warga Negara. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik (JIHHP)*, 4(3), 166-175. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v4i3.1868>
- Kim, K. (2021). Amazon-induced price discrimination under the Robinson-Patman act. *Columbia Law Review*, 121(6), 160-185. <https://www.jstor.org/stable/27075599>
- Kurniasari, T. W., & Rahman, A. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Umkm Terhadap Penyalahgunaan Posisi Dominan Platform Digital: Marketplace Melalui Penetapan Harga Dan Penguasaan Pasar. *Reusam: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(2), 131-153. <https://doi.org/10.29103/reusam.v10i2.9577>
- Li, R., & Rao, J. (2022). The Digital Economy, Enterprise Digital Transformation, and Enterprise Innovation. *Managerial and Decision Economics*, 43(7), 2875-2886. <https://doi.org/10.1002/mde.3569>
- Mantovani, A., Pica, C. A., & Reggiani, C. (2021). Online Platform Price Parity Clauses: Evidence from the EU Booking.com Case. *European Economic Review*, 131, 103625. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2020.103625>
- Munawaroh, D. (2024). A Jurisprudential Review of Business Competition Practices on the Shopee Platform. *Journal of Sharia and Economic Law*, 4(1), 189-210. <https://doi.org/10.21154/invest.v4i1.9005>
- Ningsih, A. S. (2019). Implikasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 19(2), 207-215. <https://doi.org/10.30641/dejure.2019.V19.207-215>
- Pasaribu, P. N. (2024). Preferensi Pelanggan terhadap Pasar Online. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1636-1659. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.782>
- Pohan, T. G., Priowirjanto, E. S., & Ramli, T. S. (2023). Analisis Penggunaan Perjanjian Baku Elektronik Berklausula Eksonerasi pada Marketplace ditinjau Berdasarkan Hukum Positif Indonesia. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(7), 2913-2923. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i07.1075>
- Putri, A. T. N., Praptono, E., & Idayanti, S. (2024). Predatory Pricing Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Penjualan Shopee Live. *Jubisman: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 237-254. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v2i1.557>
- Putri, W. F. S., Hendawati, H., Nawangsasi, Y., Maulana, D., Ansori, S., & Sukiman, I. (2021). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Penjualan dalam Menentukan Harga Jual Barang Dagang pada UMKM di Desa Cimekar Kabupaten Bandung. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 2(2), 63-68. <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v2i2.631>
- Radella, L., Soebani, A., & Maulana, A. (2021). Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Perubahan Laba Bersih. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 59-70.

- Shahbaz, M., Wang, J., Dong, K., & Zhao, J. (2022). The Impact of Digital Economy on Energy Transition Across the Globe: The Mediating Role of Government Governance. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 166, 112620. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2022.112620>
- Shakira, E., Rahmawulan, H. K., & Asih, V. S. (2023). Dampak Penggunaan Platform Digital Terhadap Perkembangan UMKM Indonesia. 3(1), 32-40. <https://doi.org/10.15575/prestise.v3i1.30447>
- Simarmata, G. R., Siahaan, S. D. N., Hasibuan, L., Fadilla, A., Aditya, F., & Pinodana, G. (2023). The Analysis of Predator Pricing at Shopee Based on Business Competition Law. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(6), 1609-1616. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i6.4313>
- Styaningrum, F. (2021). Konsep Sistem Ekonomi Kerakyatan Dalam Pemberdayaan Umkm Indonesia. *EJurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 565. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i08.p01>
- Sunggono, B. (2019). *Metodologi Penelitian Hukum*. Rajawali Pers.
- Sutanto, D. O., & Muryanto, Y. T. (2024). Analisis Predatory Pricing dalam Promosi Flash Sale pada Marketplace Lazada Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. *Jurnal Hukum dan Keadilan*, 3(2), 150-160. <https://doi.org/10.56721/pledoid.v3i2.349>
- Suyanto. (2022). *Metode Penelitian Hukum Pengantar Penelitian Normatif, Empiris dan Gabungan*. Unigres Press.