



Menavigasi labirin hukum: tantangan antimonopoli dalam perdagangan digital lintas batas

RR Ella Evrita

Akademi Komunikasi SAE, Indonesia

Email: e.evrita@sae.edu

Info Artikel :

Diterima :

20 April 2025

Disetujui :

25 Mei 2025

Dipublikasikan :

30 Mei 2025

ABSTRAK

Bidang perdagangan khususnya bidang digital yang telah berkembang sangat pesat, masalah-masalah hukum yang terkait dengan antimonopoli dan perlindungan terhadap konsumen semakin mendesak agar segera diatasi. Penelitian mempunyai tujuan menganalisis regulasi antimonopoli di Indonesia dalam menyelesaikan dan menghadapi praktik bisnis digital lintas batas dan perlindungan konsumen. Metode penelitian adalah studi kasus dan analisis literatur, dengan membandingkan penerapan regulasi *antitrust* di Amerika Serikat dan Uni Eropa serta dampaknya terhadap pasar global. Hasil temuan menunjukkan bahwa perlunya harmonisasi regulasi antimonopoli untuk menciptakan sistem yang lebih adil di pasar digital, di mana perusahaan kecil dapat bersaing dengan perusahaan besar, serta pentingnya meningkatkan kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka dalam transaksi digital. Penelitian ini menyoroti urgensi pembaruan kerangka hukum untuk mencapai ekosistem digital yang sehat dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Antimonopoli, Perlindungan Konsumen, Perdagangan Digital, Regulasi Hukum, Transaksi Lintas Batas

ABSTRACT

In the context of rapidly evolving digital commerce, addressing legal challenges related to antitrust and consumer protection has become increasingly urgent. This research aims to analyze antitrust regulations in Indonesia concerning cross-border digital business practices and consumer protection. The methodology includes a case study and literature analysis, which compares the implementation of antitrust regulations in the United States and the European Union, as well as their impact on the global market. The findings indicate a need for harmonization of antitrust regulations to foster a fairer system in the digital marketplace. This would enable small companies to compete more effectively with larger corporations. Additionally, there is a crucial need to enhance consumer awareness of their rights in digital transactions. This research underscores the importance of updating the legal framework to create a healthy and sustainable digital ecosystem.

Keywords: Antimonopoly, Consumer Protection, Digital Trade, Legal Regulation, Cross-border Transactions



©2025 RR Ella Evrita. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Kompleksitas dan tantangan hukum dalam perdagangan digital saat ini melibatkan berbagai aspek, terutama yang berkaitan dengan regulasi dan peraturan antimonopoli juga dampaknya terhadap transaksi-transaksi lintas batas. Pesatnya pertumbuhan ekonomi digital memberikan dampak ke negara kita juga. Indonesia dihadapkan pada kebutuhan yang mendesak agar memperbarui kerangka hukum yang dapat mengawasi praktik bisnis digital yang semakin beragam. Perubahan transaksi *offline* ke *online* juga mengubah dinamika pasar, di mana pelaku bisnis bisa dengan mudah berasal dari dalam dan luar negeri. Hal ini lah diperlukan regulasi yang efektif untuk mengawasi praktik antimonopoli dan persaingan usaha yang menyimpang atau tidak sehat. Ketua Komisi pengawas persaingan usaha (KPPU) menyampaikan bahwa perilaku bisnis di *platform online* sering kali tersembunyi dan tidak teridentifikasi sehingga menjadikannya sulit untuk diawasi serta dibuktikan secara hukum. Pengawasan juga melingkupi penggunaan algoritma dan *big data* yang dapat saja memanipulasi pasar secara tersembunyi. Selain itu negara-negara seperti Tiongkok juga mulai mengadopsi pendekatan yang tidak bergantung pada definisi pasar tradisional dalam penegakan hukum kompetisi, dan inilah memunculkan

bahan diskusi di Indonesia¹. Pemerintah Indonesia tengah mempersiapkan peraturan dan kebijakan antimonopoli yang mirip seperti *Digital Marketing Act* (DMA) dan *Digital Services Act* (DSA) yang berlaku di Eropa. Tujuan itu adalah untuk menciptakan ekosistem digital yang sehat, mengurangi biaya operasional, dan juga memperluas opsi atau pilihan untuk beriklan².

Untuk itu revisi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menjadi sangat penting supaya relevan dengan praktik monopoli di era digital, ini juga termasuk penggunaan data dan algoritma. KPPU perlu diperkokoh lagi dari segi sumber daya manusia dan budget supaya dapat lebih efektif dalam pengawasan praktik monopolistik di *platform* digital. Kolaborasi instansi pemerintah sangat diperlukan dalam menciptakan kebijakan yang komprehensif dan responsif terhadap perubahan yang sangat cepat dalam pertumbuhan ekonomi digital saat ini³.

Peraturan yang mengatur Anti Monopoli dipercaya bisa menumbuhkan adanya persaingan yang sehat nantinya di pasar digital dan memunculkan perusahaan-perusahaan baru sehingga berkembang dan bertumbuh tanpa terhalang dominasi perusahaan besar. Dengan keadaan tersebut diharapkan lingkungan digital dapat lebih adil dan demokratis serta maksimal dalam melindungi konsumen dari praktik manipulatif. Masalah hukum dalam perdagangan digital memerlukan perhatian serius dari para pembuat kebijakan agar tidak hanya bersifat reaktif saja, tetapi juga bersifat proaktif dalam menghadapi dinamika pasar yang terus menerus berubah. Kebijakan ini akan menekankan peran penting undang-undang antimonopoli dalam mencegah praktik monopoli oleh perusahaan teknologi yang besar.

Kasus Apple vs Epic Games yang membahas perlunya kerangka hukum untuk melindungi persaingan yang ada di pasar digital. Apple menggunakan kebijakan yang mengharuskan semua aplikasi iOS agar melakukan distribusinya via App Store, sehingga bisa mencegah inovasi dan timbulnya persaingan di distributor aplikasi. Komisi sebesar 30% yang diberikan oleh Apple disetiap pembelian didalam aplikasi dapat membatasi pilihan-pilihan konsumen sehingga meningkatkan biaya bagi pengembang. Kebijakan antisteering milik Apple yang berisi larangan bagi pengembang untuk menginformasikan kepada pengguna tentang metode pembayaran alternatif menghalangi transparansi dan pilihan konsumen. Larangan ini bisa mempengaruhi bagaimana cara pengembang dalam menciptakan dan memonetisasi aplikasinya, sehingga seringkali lebih menguntungkan perusahaan besar dibandingkan pengembang kecil. Meskipun terdapat keputusan dari pengadilan yang mendukung beberapa klaim Epic, Apple tetap menghadapi complain atas kepatuhannya terhadap aturan *antitrust*. Kasus ini memperlihatkan kompleksitas dalam menyeimbangkan kemajuan teknologi dengan keadilan kompetitif di era ekonomi digital⁴.

Penelitian oleh Arte & Larimo⁵ tentang hubungan ID-P dengan mengacu pada teori internalisasi, bahwa ketidaksempurnaan pasar merupakan dasar untuk keuntungan dari aktivitas lintas batas. Pendekatan budaya⁶, khususnya dalam hal bahasa adalah faktor penting dalam sirkulasi konten lintas batas, yang memberi pengaruh terhadap potensi untuk produksi bersama atau ekspor⁷. Dalam tekanan yang tinggi, industri media yang mapan pun terpaksa bernegosiasi dengan pemain-pemain baru dan menerima kebijakan baru terkait dengan distribusi media. Hal ini tentu saja akan berdampak pada batas legalitas dalam ruang yang sama⁸.

¹ Mochammad Januar Rizki, "Tantangan Penegakan Hukum Anti-Monopoli Era Ekonomi Digital," Hukum Online, 2021.

² Rea/rir, "No TittleCegah Monopoli Google, RI Siapkan Regulasi Baru Demi Ekonomi Digital," CNN, 2024.

³ Rizki, "Tantangan Penegakan Hukum Anti-Monopoli Era Ekonomi Digital."

⁴ Lauren Feiner, "Why Epic's Lawsuit against Apple Just Won't Quit," Theverge, 2024.

⁵ Pratik Arte and Jorma Larimo, "Moderating Influence of Product Diversification on the International Diversification-Performance Relationship: A Meta-Analysis," *Journal of Business Research* 139, no. November 2021 (2022): 1408–23, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.037>.

⁶ Joseph Straubhaar, "Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity," *Critical Studies in Media Communication* 8 (March 1, 1991): 39–59, <https://doi.org/10.1080/15295039109366779>.

⁷ Alessandro D'Arma, Tim Raats, and Jeanette Steemers, "Public Service Media in the Age of SVoDs: A Comparative Study of PSM Strategic Responses in Flanders, Italy and the UK," *Media, Culture and Society* 43, no. 4 (2021): 682–700, <https://doi.org/10.1177/0163443720972909>.

⁸ Hendrik Storstein Spilker and Terje Colbjørnsen, "The Dimensions of Streaming: Toward a Typology of an Evolving Concept," *Media, Culture and Society* 42, no. 7–8 (2020): 1210–25, <https://doi.org/10.1177/0163443720904587>.

Transaksi *Cross border* atau lintas batas dalam perdagangan digital saat ini juga semakin menimbulkan hambatan dan tantangan baru, hal ini karena adanya perbedaan pemberlakuan hukum internasional. Untuk itu dibutuhkan harmonisasi dalam mempromosikan kompetisi perdagangan yang adil dan melindungi konsumen dalam lanskap *e-commerce* secara luas. Pertumbuhan teknologi yang pesat mungkin melampaui kemampuan kerangka hukum untuk beradaptasi, sehingga dapat menyebabkan kesenjangan regulasi dan membahayakan persaingan serta hak konsumen.

Perdagangan digital juga telah merevolusi transaksi-transaksi lintas batas dan memberi kemudahan akses ke pasar global, tetapi juga menimbulkan tantangan hukum baru terkait dengan *antitrust*, hak kekayaan intelektual, serta kebijakan distribusi dan pembayaran di *platform* digital. Dibutuhkan adanya kerangka hukum yang mampu menyeimbangkan kepentingan perusahaan besar dan perlindungan konsumen di era ini. Teori hukum antimonopoli yang bersumber kepada ekonomi yang berfokus pada persaingan dan efisiensi pasar, mendorong inovasi sehingga memberi keuntungan bagi konsumen melalui harga yang lebih rendah serta beragam pilihan. Dalam perdagangan digital yang sering didominasi oleh perusahaan besar tantangan seringkali muncul dalam mendefinisikan dan menerapkan regulasi antimonopoli yang efektif. Beberapa peneliti berpendapat bahwa hukum antimonopoli saat ini tidak cukup memadai untuk menangani dinamika pasar digital, sehingga diperlukan pendekatan lain yang lebih adaptif⁹.

Saat ini aturan *antitrust* dan aturan terkait hak kekayaan intelektual yang mengatur hal tersebut telah ada, tetapi penerapan dalam perdagangan digital global belum memadai dan belum maksimal. Beberapa pelaksanaan aturan *antitrust* di setiap negara membolehkan perusahaan-perusahaan besar misalkan Apple, Google, dan Amazon untuk menggunakan gap tertentu dalam menjaga daya saingnya. Efek kebijakan internasional seperti *Digital Markets Act* (DMA) Uni Eropa terhadap perusahaan multinasional juga belum secara maksimal di mengerti dan di jalankan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, studi kasus dan analisis literatur digunakan. Metode ini menggabungkan sumber hukum primer dan sekunder. Meskipun terdapat perbedaan dalam penerapan undang-undang *Antitrust* di Amerika Serikat dan Uni Eropa, penelitian ini akan melihat bagaimana perusahaan besar menanggapi kebijakan baru seperti DMA. Diharapkan bahwa pendekatan komparatif ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana hukum internasional dapat menangani masalah yang muncul dalam perdagangan digital. Oleh karena itu, harmonisasi hukum internasional sangat penting untuk membangun kerangka kerja yang kuat untuk menangani masalah yang muncul dari perdagangan digital di seluruh dunia. Penelitian ini direncanakan bisa menyumbang pembaharuan terkait dengan perubahan peraturan yang dapat memberikan perlindungan kepada konsumen dan mendukung persaingan yang adil di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regulasi *Antitrust* dalam Mencegah Dominasi Perusahaan Teknologi

Secara umum kita tahu bahwa Perusahaan besar seperti Apple mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap ekosistem digital di dunia. Pengaruh yang ada dalam Perusahaan Apple telah menjadikan perusahaan itu pionier dalam inovasi produk dan dapat mengatur pasar baik dalam berhubungan dengan pengembang juga dengan konsumen. Aturan *antitrust* penting untuk menghindari monopoli yang dapat merugikan konsumen dan menghambat inovasi. Kasus Apple vs Epic Games yang terjadi pada tahun 2020, adalah contoh betapa pentingnya peraturan untuk melindungi hak konsumen dan memastikan bahwa inovasi dan keberagaman di pasar digital. Elemen yang patut diperhatikan adalah bagaimana Apple mengontrol distribusi aplikasi di perangkat iOS melalui App Store. Pemberlakuan biaya komisi yang tinggi sekitar 30% dari pendapatan pengembang aplikasi, Apple telah berhasil menghalangi pengembang kecil untuk bersaing. Biaya komisi yang tinggi merupakan bukti nyata bagi pengembang independen. Perusahaan kecil yang mengembangkan aplikasi edukasi mungkin harus mengorbankan sebagian besar pendapatannya untuk membayar biaya ini. Hal ini menjadikan efek yang menurunkan motivasi mereka untuk berinovasi. Hal ini menyebabkan ekosistem di mana hanya

⁹ Fiona Scott Morton and Cristina Caffarra, "The European Commission Digital Markets Act: A Translation," Voxeu, 2021, https://cepr.org/voxeu/columns/european-commission-digital-markets-act-translation?utm_source=chatgpt.com.

pengembang besar yang dapat mengatasi biaya yang tinggi, sedangkan pengembang kecil berisiko tidak memiliki kesempatan untuk berhasil. Ini mungkin pada akhirnya menyebabkan homogenisasi aplikasi di App Store, di mana hanya aplikasi perusahaan besar yang dapat bertahan

Epic Games membuktikan bahwa aturan *Antitrust* dapat menjadi pelindung konsumen. Epic Games sebagai pengembang permainan yaitu Fortnite, telah menantang aturan yang dibuat oleh Apple dengan memperkenalkan metode pembayaran alternatif yaitu tidak hanya melalui App Store. Metode ini selain juga untuk menghindari biaya komisi yang tinggi, juga memberikan pilihan lain kepada konsumen. Konsumen dapat memilih metode pembayaran yang lebih menguntungkan bagi mereka, sehingga mendorong munculnya transparansi dan persaingan yang lebih sehat di pasar. Apabila konsumen dapat menggunakan metode pembayaran yang tidak dikenakan biaya tinggi, konsumen dapat lebih banyak nilai dari transaksi mereka, dan nanti pada gilirannya dapat mendorong perusahaan lain untuk mengembangkan metode pembayaran yang lebih inovatif dan kompetitif.

Ide pembayaran dengan metode lain dalam kasus tersebut sangat penting untuk mengetahui efek yang lebih luas dari adanya regulasi *antitrust*. Ketika pengembang seperti Epic Games dapat bertahan menghadapi kebijakan yang dianggap merugikan, bahkan mereka tidak hanya berjuang untuk kepentingan mereka sendiri, tetapi juga untuk kepentingan konsumen secara keseluruhan. Ini membuktikan bahwa regulasi *antitrust* bukan hanya tentang menghadapi monopoli, tetapi juga tentang menciptakan lingkungan yang dapat mendukung inovasi dan memberikan pilihan lain bagi konsumen. Ketidakadilan dalam pasar digital dapat menyebabkan konsumen terjebak dalam pilihan yang serba terbatas, dan regulasi yang tepat dapat membantu serta memunculkan ide baru yang mungkin tidak akan pernah muncul.

Dalam jangka panjang akan terlihat akan dampak ketidakadilan di pasar digital. Apabila membiarkan perusahaan besar seperti Apple mendominasi dan tetap menjadi monopoli tanpa diatur dengan kebijakan maka akan ada penurunan dan inovasi munculnya berbagai keragaman aplikasi. Kita bisa renungkan jika hanya ada beberapa pemain besar yang mendominasi pasar, perusahaan tersebut tidak memiliki insentif untuk berinovasi atau meningkatkan kualitas produknya, karena mereka tidak perlu bersaing dengan pengembang kecil yang lebih inovatif. Jika hanya ada satu aplikasi streaming musik yang mendominasi, inovasi dalam fitur dan pengalaman pengguna mungkin akan terhenti, karena tidak ada kompetisi yang mendorong pengembangan lebih lanjut. Ini menyebabkan stagnasi dalam perkembangan teknologi dan pengalaman pengguna yang lebih buruk, karena konsumen dengan terpaksa menggunakan produk yang tidak memenuhi kebutuhan mereka dan tidak memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kasus yang terjadi antara Apple dan Epic games adalah bukti nyata dibutuhkannya regulasi *antitrust* di ekosistem digital. Karena dengan kebijakan yang tepat, kita dapat mencegah praktik monopoli yang sangat merugikan konsumen dan pengembang-pengembang kecil. Regulasi ini nantinya selain melindungi hak konsumen, juga dapat menciptakan lingkungan yang lebih kondusif untuk berinovasi dan memunculkan persaingan yang sehat. Untuk itu Pemerintah harus mempertimbangkan implikasi dari kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan besar untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan guna memastikan bahwa pasar digital tetap adil dan beragam bagi semua pihak yang terlibat. Di era digital ini dimana dunia sangat tergantung kepada teknologi, kita tetap harus menjaga keseimbangan antara inovasi dan regulasi karena itu menjadi kunci untuk memastikan bahwa semua pihak baik pengembang, konsumen, maupun perusahaan besar dapat berkontribusi dan berkembang dalam ekosistem digital yang sehat.

Penelitian oleh Monti¹⁰ menjelaskan perbandingan antara Uni Eropa dan Amerika Serikat dalam mengawasi pengguna internet yang dominan terkait upaya penegakan hukum baru oleh lembaga antimonopoli Amerika Serikat serta diskusi yang sedang berlangsung mengenai kebijakan yang mengatur perusahaan digital besar di kedua yurisdiksi. Penting untuk memahami bagaimana kedua wilayah tersebut mengembangkan pendekatan yang berbeda dalam mengawasi perusahaan-perusahaan teknologi besar, serta dampaknya terhadap pengguna dan pasar secara keseluruhan.

Uni Eropa, sebagai entitas yang memiliki regulasi ketat mengenai perlindungan data dan privasi, telah mengambil langkah-langkah proaktif untuk mengawasi perusahaan-perusahaan digital

¹⁰ Giorgio Monti, "Taming Digital Monopolies: A Comparative Account of the Evolution of Antitrust and Regulation in the European Union and the United States," *Antitrust Bulletin* 67, no. 1 (2022): 40–68, <https://doi.org/10.1177/0003603X211066978>.

besar. Misalnya, dengan diterapkannya Regulasi Perlindungan Data Umum (GDPR) pada tahun 2018, Uni Eropa memberikan kekuatan lebih kepada individu untuk mengontrol data pribadi mereka. Dengan adanya regulasi ini, perusahaan-perusahaan yang mengumpulkan dan memproses data harus memastikan bahwa mereka mendapatkan persetujuan yang jelas dari pengguna

Amerika Serikat menjalankan pendekatan berbasis pasar dan tidak terpusat hanya dalam regulasi perusahaan digitalnya. Lembaga Antimonopoli Amerika Serikat yang dikenal dengan nama FTC (*Federal Trade Commission*) melaksanakan strategi dalam menangani problem yang timbul akibat dominasi perusahaan-perusahaan besar. FTC menjalankan gugatan terhadap perusahaan-perusahaan besar dengan tuduhan melakukan praktik anti persaingan yang sangat merugikan para konsumennya. Strategi tersebut menjelaskan bahwa negara Amerika Serikat fokus kepada dampak ekonomi dari adanya dominasi pasar dibandingkan dengan perlindungan data pribadi yang lebih ketat seperti yang telah diterapkan di Uni Eropa.

Perbedaan Amerika Serikat dan Uni Eropa dalam hal aturan mengenai perlindungan data dan privasi telah memunculkan tantangan baru. Tantangan baru bagi perusahaan-perusahaan yang beroperasi di kedua yurisdiksi hukum itu. Contohnya adalah perusahaan yang berbasis di Silicon Valley yang ingin memperluas pasar ke Eropa. Perusahaan tersebut harus mematuhi regulasi GDPR yang sangat ketat, sementara di Amerika Serikat perusahaan tersebut mungkin menghadapi lebih sedikit tantangan. Ini lah yang menimbulkan ketidakpastian serta kesulitan dalam penyesuaian kebijakan di tingkat global. Facebook misalnya harus beradaptasi dengan kebijakan yang berbeda ketika beroperasi di Eropa dibandingkan dengan di Amerika Serikat, yang dapat memengaruhi strategi bisnis dan inovasinya.

Lebih jauh lagi, diskusi mengenai kebijakan yang mengatur perusahaan digital besar di kedua yurisdiksi juga mencakup isu-isu terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Di Uni Eropa, ada tekanan yang semakin meningkat bagi perusahaan-perusahaan teknologi untuk bertanggung jawab atas konten yang mereka distribusikan, terutama dalam konteks berita palsu dan ujaran kebencian. Sebagai ilustrasi, undang-undang yang diusulkan di beberapa negara Eropa meminta *platform* digital untuk secara aktif memantau dan menghapus konten yang dianggap berbahaya. Sementara itu, di Amerika Serikat, kebebasan berbicara sering kali menjadi argumen utama dalam menolak regulasi yang lebih ketat terhadap konten digital.

Meskipun kedua yurisdiksi memiliki tujuan yang sama untuk melindungi pengguna dan menciptakan pasar yang adil, cara mereka mencapainya sangat berbeda. Uni Eropa tampaknya lebih mendahulukan perlindungan individu dan data pribadi, sementara Amerika Serikat lebih fokus pada dinamika pasar dan dampak ekonomi dari dominasi perusahaan. Perbedaan ini tidak hanya mempengaruhi perusahaan tetapi juga pengguna, yang harus menavigasi lingkungan digital yang kompleks dan sering kali tidak konsisten.

Perbandingan antara pendekatan Uni Eropa dan Amerika Serikat dalam mengawasi pengguna internet yang dominan mencerminkan perbedaan mendasar dalam filosofi regulasi. Sementara Uni Eropa mengutamakan perlindungan data dan tanggung jawab sosial perusahaan, Amerika Serikat lebih condong pada kebebasan pasar dan inovasi. Dengan adanya perkembangan kebijakan yang terus berlangsung, penting bagi kedua yurisdiksi untuk mempertimbangkan dampak dari regulasi yang mereka terapkan, tidak hanya pada perusahaan tetapi juga pada pengguna yang menjadi pusat dari ekosistem digital ini. Kompetisi inovasi menimbulkan tantangan bagi undang-undang anti monopoli dan kebijakan penegakan hukum. Inovasi ini telah mengubah lanskap persaingan karena perusahaan memperkenalkan metode transaksi baru, desain produk, dan proses produksi¹¹.

Penting untuk memahami bagaimana inovasi dapat memengaruhi struktur pasar dan perilaku perusahaan, serta bagaimana undang-undang antimonopoli harus beradaptasi untuk menghadapi tantangan-tantangan baru ini. Salah satu aspek utama dari inovasi adalah kemampuannya untuk menciptakan produk dan layanan yang sebelumnya tidak ada, atau yang jauh lebih baik dibandingkan dengan yang sudah ada. Misalnya, kemunculan *platform e-commerce* seperti Amazon dan Alibaba telah mengubah cara konsumen berbelanja. Dengan menawarkan berbagai pilihan produk, harga yang kompetitif, dan kenyamanan berbelanja dari rumah, perusahaan-perusahaan ini telah menjadi pemimpin pasar yang sulit ditandingi. Namun, pertanyaan yang muncul mengenai dominasi mereka di pasar dapat

¹¹ Daniel F. Spulber, "Antitrust and Innovation Competition," *Journal of Antitrust Enforcement* 11, no. 1 (2023): 5–50, <https://doi.org/10.1093/jaenfo/jnac013>.

dianggap sebagai praktik monopoli atau tidak. Di satu sisi, inovasi yang mereka tawarkan memberikan manfaat besar bagi konsumen. Di sisi lain, kekuatan pasar yang mereka miliki dapat menghambat persaingan yang sehat, yang menjadi fokus utama undang-undang anti monopoli.

Selain itu, proses produksi yang inovatif juga memainkan peran penting dalam menciptakan efisiensi dan mengurangi biaya. Misalnya, perusahaan seperti Tesla telah memperkenalkan metode produksi yang memanfaatkan teknologi otomatisasi dan kecerdasan buatan untuk meningkatkan efisiensi pabrik mereka. Dengan cara ini, mereka tidak hanya mampu memproduksi mobil listrik dengan lebih cepat, tetapi juga dapat menurunkan harga jual, sehingga membuat produk mereka lebih terjangkau bagi konsumen. Namun, inovasi semacam ini juga menimbulkan tantangan bagi kebijakan penegakan hukum, karena sulit untuk menentukan batasan yang jelas antara persaingan yang sehat dan praktik yang merugikan.

Undang-undang anti monopoli yang ada saat ini sering kali didasarkan pada asumsi bahwa pasar bersifat statis dan bahwa perusahaan yang besar akan selalu berusaha untuk mempertahankan dominasi mereka dengan cara yang merugikan. Namun, dengan adanya inovasi yang cepat, situasi ini menjadi lebih kompleks. Misalnya, perusahaan yang saat ini mendominasi pasar mungkin akan tergeser oleh pendatang baru yang menawarkan solusi yang lebih inovatif dan efisien. Oleh karena itu, penting bagi pembuat kebijakan untuk mempertimbangkan dinamika pasar yang berubah dan bagaimana hal ini dapat memengaruhi keputusan mereka dalam menegakkan hukum antimonopoli.

Transisi antara inovasi dan regulasi juga harus diperhatikan. Ketika perusahaan-perusahaan berinovasi, mereka sering kali melakukannya dalam lingkungan yang tidak pasti dan berisiko tinggi. Hal ini dapat menciptakan ketidakpastian hukum, di mana perusahaan tidak yakin apakah tindakan mereka akan dianggap sebagai pelanggaran hukum antimonopoli atau tidak. Ketika Google mengembangkan algoritma pencariannya, mereka mungkin tidak sepenuhnya menyadari bahwa tindakan mereka bisa dianggap merugikan pesaing mereka. Oleh karena itu, penting untuk menciptakan kerangka hukum yang fleksibel dan adaptif, yang dapat mengikuti perkembangan teknologi dan inovasi.

Keberadaan undang-undang antimonopoli yang terlalu ketat juga dapat menghambat inovasi. Jika perusahaan merasa tertekan oleh regulasi yang ketat, mereka mungkin enggan untuk mengambil risiko yang diperlukan untuk berinovasi. Hal ini dapat mengakibatkan stagnasi dalam perkembangan produk dan layanan, yang pada akhirnya merugikan konsumen. Oleh karena itu, keseimbangan antara perlindungan terhadap persaingan dan dorongan untuk berinovasi adalah kunci dalam menciptakan lingkungan yang sehat bagi pertumbuhan ekonomi.

Kompetisi inovasi memang menimbulkan tantangan yang kompleks bagi undang-undang antimonopoli dan kebijakan penegakan hukum. Dengan perubahan yang cepat dalam metode transaksi, desain produk, dan proses produksi, penting bagi pembuat kebijakan untuk meninjau dan memperbarui kerangka hukum yang ada agar dapat mengikuti dinamika pasar yang terus berubah. Di satu sisi, perlindungan terhadap persaingan yang sehat sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan manfaat dari inovasi. Namun, di sisi lain, kebijakan yang terlalu ketat dapat menghambat kreativitas dan keberanian perusahaan dalam berinovasi. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang seimbang untuk menciptakan ekosistem yang mendukung baik inovasi maupun persaingan yang sehat. Analogi lain juga dapat dibuat dengan gagasan "kepatuhan antimonopoli berdasarkan desain" yang digunakan Komisaris Vestager dalam pidatonya untuk menunjukkan bahwa bisnis perlu membangun algoritma penetapan harga dengan cara yang tidak memungkinkan mereka untuk berkolusi¹².

Penting untuk memahami bagaimana algoritma penetapan harga berfungsi dan dampaknya terhadap persaingan pasar. Algoritma penetapan harga adalah sistem yang dirancang untuk menentukan harga produk atau layanan secara otomatis, sering kali berdasarkan data dan analisis pasar yang kompleks. Namun, jika tidak dirancang dengan tepat, algoritma ini dapat menjadi alat yang memungkinkan perusahaan untuk berkolusi secara tidak langsung, meskipun tidak ada komunikasi langsung antara mereka. Dalam industri *e-commerce*, beberapa perusahaan dapat menggunakan algoritma yang serupa untuk menetapkan harga produk. Jika algoritma tersebut dirancang tanpa mempertimbangkan aspek kepatuhan antimonopoli, maka ada risiko bahwa harga akan diselaraskan secara otomatis, menciptakan situasi di mana harga tetap tinggi dan konsumen tidak memiliki pilihan

¹² Inge Graef and Sean Van Berlo, "Towards Smarter Regulation in the Areas of Competition, Data Protection and Consumer Law: Why Greater Power Should Come with Greater Responsibility," *European Journal of Risk Regulation* 12, no. 3 (2021): 674–98, <https://doi.org/10.1017/err.2020.92>.

yang kompetitif. Hal ini menunjukkan bagaimana desain algoritma dapat mempengaruhi dinamika pasar dan berpotensi merugikan konsumen.

Lebih jauh lagi, gagasan "kepatuhan antimonopoli berdasarkan desain" mengingatkan kita akan pentingnya integrasi etika dalam pengembangan teknologi. Perusahaan perlu mempertimbangkan tidak hanya keuntungan finansial, tetapi juga tanggung jawab sosial mereka. Dengan demikian, ketika merancang algoritma, perlu ada pemikiran yang mendalam tentang bagaimana algoritma tersebut akan berinteraksi dengan pasar dan konsumen. Perusahaan dapat melakukan simulasi untuk memahami bagaimana perubahan kecil dalam algoritma dapat mempengaruhi perilaku pasar secara keseluruhan. Kepatuhan antimonopoli tidak hanya merupakan kewajiban hukum, tetapi juga merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan yang mengabaikan aspek ini berisiko menghadapi sanksi hukum yang serius, serta kehilangan reputasi di mata konsumen. Dalam dunia yang semakin terhubung ini, transparansi dan akuntabilitas menjadi semakin penting. Konsumen saat ini lebih sadar akan praktik bisnis yang etis, dan mereka cenderung memilih untuk berbisnis dengan perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial.

Beberapa perusahaan teknologi besar telah berinvestasi dalam pengembangan algoritma yang tidak hanya efisien tetapi juga etis. Mereka melakukan ini dengan melibatkan tim multidisiplin yang mencakup ahli hukum, etika, dan teknologi untuk memastikan bahwa algoritma yang mereka kembangkan mematuhi regulasi antimonopoli. Pendekatan ini tidak hanya membantu mereka menghindari masalah hukum, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek mereka. Gagasan "kepatuhan antimonopoli berdasarkan desain" yang diusulkan oleh Komisaris Vestager menyoroti pentingnya peran desain dalam mencegah kolusi di pasar. Dengan merancang algoritma penetapan harga yang mempertimbangkan aspek kepatuhan, perusahaan tidak hanya melindungi diri mereka dari risiko hukum, tetapi juga berkontribusi pada pasar yang lebih sehat dan kompetitif. Dalam era digital saat ini, di mana teknologi berkembang pesat, penting bagi perusahaan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip etika dan kepatuhan ke dalam setiap aspek operasional mereka. Dengan demikian, mereka tidak hanya akan dapat mencapai hasil finansial yang positif, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan konsumen.

Kewajiban dan larangan *Digital Markets Act* (DMA) sampai batas tertentu "mencerminkan" atau "menggemakan" kasus dan investigasi antimonopoli yang sedang berlangsung¹³. Dengan memahami hubungan ini, kita dapat lebih mendalami dampak dan implikasi dari regulasi ini terhadap perusahaan-perusahaan besar di sektor digital serta konsumen. Pertama-tama, perlu dicatat bahwa DMA ditujukan untuk menciptakan lingkungan persaingan yang lebih sehat di pasar digital. Regulasi ini menetapkan kewajiban bagi "gatekeepers," yaitu perusahaan-perusahaan besar yang memiliki pengaruh signifikan di pasar. Misalnya, perusahaan seperti Google, Facebook, dan Amazon harus mematuhi berbagai kewajiban yang dirancang untuk mencegah praktik bisnis yang anti-persaingan. Salah satu kewajiban tersebut adalah transparansi dalam algoritma yang digunakan untuk menampilkan produk atau layanan. Dengan memberikan akses kepada pihak ketiga untuk memahami bagaimana algoritma tersebut berfungsi, diharapkan akan ada lebih banyak peluang bagi pelaku usaha kecil untuk bersaing secara adil. Jika sebuah perusahaan *e-commerce* kecil ingin menjual produk di *platform* besar seperti Amazon, mereka sering kali menghadapi tantangan besar dalam hal visibilitas. Dengan adanya kewajiban transparansi ini, perusahaan kecil dapat lebih memahami bagaimana mereka dapat meningkatkan peringkat produk mereka, sehingga menciptakan peluang yang lebih adil dalam persaingan. Hal ini mencerminkan investigasi antimonopoli yang sedang berlangsung, di mana banyak pihak menyoroti praktik-praktik yang merugikan pelaku usaha kecil oleh perusahaan besar.

Selanjutnya, DMA juga mencakup larangan-larangan tertentu yang bertujuan untuk mencegah perilaku anti-persaingan. Salah satu larangan yang paling signifikan adalah larangan untuk memaksa pengguna agar menggunakan layanan tertentu sebagai syarat untuk mengakses layanan lain. Sebagai ilustrasi, jika sebuah *platform* media sosial memaksa pengguna untuk menggunakan aplikasi tertentu untuk mengakses fitur lainnya, hal ini dapat dianggap sebagai praktik anti-persaingan. Dengan melarang praktik semacam ini, DMA berupaya menciptakan ekosistem digital yang lebih terbuka dan inklusif, di mana pengguna memiliki kebebasan untuk memilih layanan yang mereka inginkan tanpa adanya tekanan dari perusahaan besar.

¹³ Belle Beems, "The DMA in the Broader Regulatory Landscape of the EU: An Institutional Perspective," *European Competition Journal* 19, no. 1 (2023): 1–29, <https://doi.org/10.1080/17441056.2022.2129766>.

Kewajiban dan larangan dalam DMA menunjukkan bahwa regulasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian, tetapi juga sebagai pendorong inovasi. Dengan menciptakan lingkungan yang lebih kompetitif, perusahaan-perusahaan diharapkan akan lebih terdorong untuk berinovasi dan menawarkan layanan yang lebih baik kepada konsumen. Misalnya, dalam upaya untuk menarik pengguna, perusahaan-perusahaan mungkin akan mengembangkan fitur-fitur baru yang lebih menarik dan berguna, yang pada gilirannya akan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Tantangan yang dihadapi dalam penerapan DMA tidak dapat diabaikan. Banyak perusahaan besar mungkin akan mencari celah untuk menghindari kewajiban yang ditetapkan, sehingga memerlukan pengawasan yang ketat dari otoritas regulasi. Selain itu, ada juga kekhawatiran bahwa regulasi ini dapat membatasi kebebasan berinovasi bagi perusahaan-perusahaan besar, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada perkembangan teknologi. Oleh karena itu, penting bagi regulator untuk menemukan keseimbangan antara pengawasan yang ketat dan kebebasan berinovasi.

Digital Markets Act (DMA) mencerminkan kebutuhan mendesak untuk mengatur pasar digital yang semakin kompleks dan berpotensi merugikan persaingan. Dengan menetapkan kewajiban dan larangan yang jelas, DMA berupaya menciptakan lingkungan yang lebih adil bagi semua pelaku usaha, terutama bagi mereka yang lebih kecil. Meskipun tantangan dalam penerapan regulasi ini tetap ada, potensi untuk mendorong inovasi dan meningkatkan pengalaman pengguna adalah alasan kuat untuk mendukung inisiatif ini. Dalam konteks investigasi antimonopoli yang sedang berlangsung, DMA dapat dilihat sebagai langkah proaktif untuk mencegah praktik bisnis yang merugikan, sekaligus memastikan bahwa pasar digital tetap dinamis dan kompetitif.

Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital Lintas Batas

Perlindungan konsumen dalam transaksi digital lintas batas (*cross-border*) semakin menjadi perhatian utama sejalan dengan pertumbuhan pesat sektor *e-commerce*. Di Indonesia, kerangka hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam konteks ini ditetapkan oleh sejumlah undang-undang, terutama Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital Lintas Batas

Perlindungan konsumen dalam transaksi digital lintas batas (*cross-border*) semakin menjadi perhatian utama sejalan dengan pertumbuhan pesat sektor *e-commerce*. Di Indonesia, kerangka hukum yang mengatur. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan hak-hak dasar bagi konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak untuk memilih, dan hak atas keamanan serta kenyamanan dalam bertransaksi¹⁴. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan hak-hak dasar yang esensial bagi konsumen, yang mencakup hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak untuk memilih, serta hak atas keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Setiap hak ini memiliki implikasi yang mendalam dan mempengaruhi cara konsumen berinteraksi dengan pasar, sehingga penting untuk memahami secara detail setiap aspek dari hak-hak tersebut. Pertama-tama, hak untuk mendapatkan informasi yang benar adalah salah satu pilar utama dalam perlindungan konsumen. Dalam dunia yang dipenuhi dengan berbagai pilihan produk dan layanan, konsumen harus memiliki akses kepada informasi yang akurat dan jelas mengenai barang atau jasa yang mereka pertimbangkan untuk dibeli. Misalnya, ketika seorang konsumen ingin membeli smartphone, mereka perlu mengetahui spesifikasi teknis, harga, serta ulasan dari pengguna lain. Tanpa informasi yang tepat, konsumen berisiko membuat keputusan yang buruk, yang dapat mengakibatkan kerugian finansial atau bahkan keselamatan. UUPK menekankan bahwa setiap produk harus disertai dengan label yang jelas dan informasi yang relevan, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan data yang valid.

Hak untuk memilih memberikan kebebasan kepada konsumen untuk menentukan pilihan mereka tanpa adanya tekanan atau manipulasi dari pihak lain. Dalam pasar yang kompetitif, konsumen seharusnya dapat memilih produk atau layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Sebagai contoh, dalam industri makanan dan minuman, konsumen perlu memiliki akses untuk memilih antara berbagai merek yang menawarkan kualitas dan harga yang berbeda. Hak ini juga

¹⁴ Universitas Andi Djemma and Laola Subair, "Dampak Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Cross – Border" 4, no. 2 (2024): 17–29.

mencakup perlindungan terhadap praktik bisnis yang tidak etis, seperti penipuan atau iklan yang menyesatkan. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen terlindungi dari produk yang tidak sesuai dengan klaim yang dibuat oleh produsen, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih bijak dan terinformasi. Hak atas keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi merupakan aspek yang tidak kalah penting. Dalam setiap transaksi, konsumen berhak merasa aman dan nyaman, baik secara fisik maupun emosional. Misalnya, saat berbelanja *online*, konsumen harus yakin bahwa data pribadi mereka akan dilindungi dan transaksi akan berlangsung dengan aman. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur berbagai aspek yang berkaitan dengan keamanan produk, seperti standar keselamatan yang harus dipatuhi oleh produsen. Contohnya, produk mainan untuk anak-anak harus memenuhi standar keselamatan tertentu untuk mencegah risiko cedera. Dengan demikian, hak ini tidak hanya melindungi konsumen dari produk yang berbahaya, tetapi juga menciptakan lingkungan belanja yang lebih nyaman dan terpercaya.

Masing-masing hak saling terkait dan membentuk ekosistem perlindungan konsumen yang holistik. Ketika konsumen memiliki akses kepada informasi yang akurat, mereka lebih mampu untuk membuat pilihan yang tepat, yang pada gilirannya meningkatkan rasa aman dan nyaman saat bertransaksi. Contoh, jika seorang konsumen mengetahui bahwa suatu produk telah mendapatkan sertifikasi keamanan, mereka akan merasa lebih percaya diri untuk membelinya. Penguatan hak-hak konsumen melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak hanya memberikan perlindungan, tetapi juga memberdayakan konsumen untuk mengambil keputusan yang lebih baik.

Undang-undang ini tidak hanya berfungsi sebagai alat perlindungan, tetapi juga sebagai pendorong bagi produsen dan penyedia layanan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Dalam upaya untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin kritis, banyak perusahaan mulai mengadopsi praktik bisnis yang lebih transparan dan bertanggung jawab. Misalnya, beberapa perusahaan kini menyediakan informasi yang lebih lengkap mengenai asal-usul bahan baku produk mereka, atau menerapkan kebijakan pengembalian yang lebih fleksibel untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga mendorong inovasi dan persaingan yang sehat di pasar.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memainkan peran yang sangat vital dalam melindungi hak-hak dasar konsumen di Indonesia. Dengan memastikan hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak untuk memilih, serta hak atas keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak hanya melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan, tetapi juga memberdayakan mereka untuk menjadi pembeli yang cerdas dan kritis. Dalam era di mana informasi begitu mudah diakses, penting bagi konsumen untuk memahami hak-hak mereka dan bagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dapat menjadi alat yang efektif dalam melindungi kepentingan mereka. Oleh karena itu, kesadaran dan pemahaman terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) harus terus ditingkatkan, baik di kalangan konsumen maupun pelaku usaha, agar ekosistem perlindungan konsumen dapat berjalan dengan optimal dan memberikan manfaat yang maksimal bagi semua pihak.

Dalam transaksi lintas batas, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah menjamin konsumen memiliki perlindungan yang kuat walau mereka bertransaksi dengan pelaku usaha dari negara lain, seperti diungkapkan Agmar Fachrurraahman¹⁵. Salah satu aspek dari perlindungan konsumen dalam konteks ini adalah transparansi informasi. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk atau layanan yang mereka tawarkan. Contoh jika seorang konsumen di Indonesia membeli barang dari penjual di luar negeri, mereka berhak mengetahui spesifikasi produk, harga, dan biaya tambahan yang mungkin timbul, seperti pajak impor atau biaya pengiriman. Dengan informasi yang transparan, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih baik dan menghindari potensi penipuan.

Selain itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) juga memberikan jaminan bahwa konsumen memiliki hak untuk mengajukan keluhan dan mendapatkan penyelesaian apabila terjadi sengketa. Dalam transaksi lintas batas, di mana hukum dan regulasi dapat bervariasi antar negara, penting bagi konsumen untuk memiliki saluran yang jelas untuk menyampaikan keluhan mereka.

¹⁵ Dika Agmar Fachrurraahman, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Saat Melakukan Transaksi Jual Beli Online," *Bureaucracy Journal : Jurnal of Law and Sosial -Political Governance* 13, no. 1 (2023): 104–16, <https://doi.org/10.53363/bureau.v3i1.228>.

Misalnya, jika produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan, konsumen harus dapat menghubungi pihak penjual atau lembaga perlindungan konsumen untuk mencari solusi. Proses ini tidak hanya memberikan rasa aman bagi konsumen, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk menjaga reputasi mereka dan memenuhi standar yang ditetapkan. Lebih jauh lagi, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) juga mengatur tentang perlindungan data pribadi konsumen. Dalam transaksi lintas batas, data pribadi sering kali dikumpulkan dan diproses oleh pelaku usaha dari negara lain. Oleh karena itu, penting bagi Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) untuk memastikan bahwa data konsumen dilindungi dan tidak disalahgunakan. Misalnya, jika seorang konsumen memberikan informasi kartu kredit mereka untuk melakukan pembelian *online*, mereka berhak mengetahui bagaimana data tersebut akan digunakan dan dilindungi. Dengan adanya regulasi yang ketat mengenai perlindungan data, konsumen dapat merasa lebih nyaman dan aman saat bertransaksi secara internasional.

Meski Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah menjamin memberikan perlindungan hukum yang kuat, tetapi masalah tetap ada dalam pelaksanaannya. Perbedaan hukum dan regulasi antar negara adalah salah satunya. Kasus-kasus terjadi adalah para pelaku usaha dari luar negeri bisa saja tidak terikat oleh hukum yang sama. Akibatnya adalah bahwa perlindungan konsumen dapat menjadi kurang efektif dan kurang maksimal. Para konsumen sebaiknya memahami risiko yang terkait dengan transaksi lintas batas dan mau melakukan pemeriksaan sebelum melakukan pembelian. Mereka bisa memeriksa reputasi dari penjual, membaca ulasan dari konsumen lain, dan memastikan bahwa mereka bertransaksi dengan *platform* yang terpercaya.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan jaminan perlindungan yang signifikan bagi konsumen dalam transaksi lintas batas, dan mencakup aspek transparansi informasi, hak untuk mengajukan keluhan, dan perlindungan data pribadi. Meskipun ada tantangan dalam implementasinya, perlindungan yang diberikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sangat penting untuk menciptakan kepercayaan antara para konsumen dan pelaku usaha. Dengan memahami hak-hak mereka dan melakukan pemeriksaan yang benar, konsumen dapat memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh pasar global dengan tetap terlindungi.

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) adalah undang-undang pertama di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai produk legislasi yang sangat dibutuhkan dan telah menjadi pionir yang meletakkan dasar pengaturan di bidang pemanfaatan Teknologi Informasi. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) ini mengatur transaksi elektronik dan memberikan dasar hukum bagi penyelesaian sengketa yang mungkin timbul dari transaksi lintas batas. Pasal 18 ayat (2) UU ITE memberikan kesempatan bagi para pihak untuk menentukan hukum yang berlaku dalam transaksi internasional. Dalam era digital yang terus berkembang, pemahaman mengenai UU ITE dan penerapannya dalam transaksi elektronik menjadi semakin penting. UU ITE tidak hanya menyediakan kerangka hukum yang jelas, tetapi juga menciptakan lingkungan yang aman bagi pelaku bisnis untuk melakukan transaksi secara *online* ¹⁶.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) berfungsi sebagai dasar hukum untuk transaksi elektronik, yaitu transaksi yang tidak lagi terbatas pada interaksi fisik. Dengan kemajuan teknologi, banyak transaksi dilakukan secara elektronik. UU ITE mengakui dan mengatur berbagai aspek dari transaksi ini, mulai dari pengakuan terhadap tanda tangan elektronik hingga keabsahan dokumen yang dibuat secara digital. Dalam transaksi perdagangan *online*, jika seorang konsumen membeli produk melalui *platform e-commerce*, transaksi tersebut diatur oleh UU ITE, yang memberikan kepastian hukum bahwa transaksi tersebut sah dan dapat dipertanggungjawabkan. UU ITE juga menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi lintas batas. Dalam dunia yang semakin terhubung, transaksi internasional menjadi hal yang umum. Namun, perbedaan hukum antar negara sering kali menjadi tantangan dalam penyelesaian sengketa. Pasal 18 ayat (2) UU ITE memberikan fleksibilitas bagi para pihak untuk menentukan hukum yang berlaku dalam transaksi internasional. Jika dua perusahaan dari negara yang berbeda melakukan kontrak elektronik, mereka dapat sepakat untuk menggunakan hukum salah satu negara atau hukum

¹⁶ Djemma and Subair, "Dampak Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Cross – Border."

internasional tertentu. Ini memberikan kepastian dan mengurangi risiko konflik hukum yang mungkin timbul di kemudian hari.

Penerapan Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) tidak selalu berjalan dengan lancar. Beberapa tantangan dalam menentukan hukum yang tepat dan mengimplementasikannya di berbagai yurisdiksi. Misalkan jika suatu sengketa muncul dan salah satu pihak berusaha untuk menegakkan haknya di negara lain, mereka mungkin menghadapi kesulitan jika hukum negara tersebut tidak mengakui atau tidak memiliki ketentuan yang sama dengan UU ITE. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis untuk memahami tidak hanya hukum di negara mereka sendiri, tetapi juga hukum di negara mitra bisnis mereka. Dalam kasus perusahaan Indonesia yang melakukan transaksi dengan perusahaan asing, jika terjadi sengketa, perusahaan Indonesia mungkin ingin mengajukan gugatan di pengadilan domestik. Namun, jika hukum yang disepakati dalam kontrak menyatakan bahwa sengketa harus diselesaikan berdasarkan hukum negara mitra, maka mereka harus mematuhi ketentuan tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya perencanaan dan pemahaman yang mendalam tentang hukum yang berlaku sebelum melakukan transaksi internasional.

UU ITE juga berperan dalam melindungi konsumen dalam transaksi elektronik. Dalam era digital, konsumen sering kali menjadi pihak yang lebih rentan dalam transaksi. UU ITE memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dengan menetapkan ketentuan yang jelas mengenai hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi elektronik. Misalnya, UU ITE mengatur kewajiban penyedia layanan untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk atau layanan yang ditawarkan. Ini penting untuk memastikan bahwa konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dan menghindari penipuan.

Selain itu, UU ITE mencakup ketentuan mengenai perlindungan data pribadi, yang semakin menjadi perhatian utama dalam transaksi elektronik. Dengan banyaknya data yang dikumpulkan dalam transaksi *online*, perlindungan terhadap data pribadi konsumen menjadi sangat penting. UU ITE memberikan kerangka hukum untuk melindungi data pribadi dan menetapkan sanksi bagi pihak yang melanggar ketentuan tersebut. Ini tidak hanya memberikan perlindungan kepada konsumen, tetapi juga membangun kepercayaan dalam ekosistem transaksi elektronik.

UU ITE tidak hanya berfungsi sebagai alat pengatur, tetapi juga sebagai pendorong inovasi dalam dunia digital. Dengan adanya kepastian hukum, pelaku bisnis dapat lebih berani untuk berinvestasi dalam teknologi dan inovasi baru, yang pada gilirannya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Banyak startup di Indonesia yang mengandalkan transaksi elektronik sebagai model bisnis utama mereka. Dengan adanya UU ITE, mereka memiliki landasan hukum yang jelas untuk menjalankan operasional mereka, sehingga dapat fokus pada pengembangan produk dan layanan yang lebih baik.

Meskipun UU ITE memberikan banyak keuntungan, masih ada tantangan yang harus dihadapi. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman di kalangan pelaku bisnis dan masyarakat umum mengenai ketentuan yang ada dalam UU ITE. Pendidikan dan sosialisasi mengenai UU ITE sangat penting untuk memastikan bahwa semua pihak memahami hak dan kewajiban mereka dalam transaksi elektronik. Tanpa pemahaman yang baik, risiko sengketa dan pelanggaran hukum akan meningkat, yang dapat merugikan semua pihak yang terlibat.

UU ITE memainkan peran yang sangat penting dalam mengatur transaksi elektronik dan memberikan dasar hukum bagi penyelesaian sengketa lintas batas. Dengan mengatur berbagai aspek dari transaksi elektronik, UU ITE menciptakan lingkungan yang aman dan terpercaya bagi pelaku bisnis dan konsumen. Meskipun ada tantangan dalam penerapan dan pemahaman hukum, pentingnya UU ITE tidak dapat diabaikan. Dengan pemahaman yang baik dan penerapan yang tepat, UU ITE dapat menjadi instrumen yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi di era digital ini. Ke depan, diperlukan upaya bersama untuk meningkatkan pemahaman dan sosialisasi mengenai UU ITE agar semua pihak dapat memanfaatkan potensi yang ada dengan maksimal.

UU ini juga mencakup yurisdiksi yang luas, sehingga berlaku tidak hanya untuk tindakan melawan hukum di Indonesia tetapi juga untuk tindakan yang dilakukan oleh warga negara asing¹⁷. Meskipun ada kerangka hukum yang ada, terdapat beberapa tantangan signifikan dalam melindungi konsumen dalam transaksi digital lintas batas. Banyak perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen

¹⁷ B Nainggolan, "Jaminan Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Elektronik Lintas Batas Negara," 2021.

dibuat dengan metode "klik" yang tidak memberikan ruang bagi negosiasi. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakadilan bagi konsumen¹⁸. Proses penyelesaian sengketa sering kali rumit karena perbedaan yurisdiksi antara negara. Meskipun ada lembaga seperti BPN dan BPSK di Indonesia, implementasi mekanisme penyelesaian sengketa seperti mediasi dan arbitrase masih memerlukan pengaturan lebih lanjut¹⁹. Negara-negara perlu bekerja sama untuk mengharmonisasikan regulasi terkait *e-commerce* lintas batas agar ada standar minimum perlindungan konsumen yang diakui secara internasional²⁰.

Kesenjangan dalam Hukum Internasional

Ketidakpastian dalam hukum internasional yang terkait dengan aturan transaksi digital, memerlukan kolaborasi antar negara untuk menciptakan regulasi yang komprehensif. Salah satu tantangan utamanya adalah perbedaan dalam implementasi regulasi *antitrust* di berbagai negara, karena berdampak yang signifikan terhadap persaingan yang adil di pasar global. Dalam ketidakpastian hukum ini, penggunaan teknologi digital di layanan keuangan yang dikenal sebagai "FinTech", semakin berkembang. FinTech dapat menciptakan peningkatan efisiensi penyampaian layanan, mengurangi biaya transaksi, dan memfasilitasi mekanisme penggalangan dana yang lebih efisien. Dengan penerapan kontrak pintar perusahaan rintisan bisa mengajukan permohonan dana dari konsumen jarak jauh, yang ujungnya dapat mengembangkan akses ke sumber daya finansial²¹.

Hukum Internasional masih akan terus menghadapi tantangan dan hambatan besar dalam mengatur transaksi digital, khususnya bidang yurisdiksinya. Karena kegiatan transaksi elektronik yang dilakukan melalui internet sering kali melampaui batas yurisdiksi negara tertentu. Hal ini membutuhkan kesepakatan para pihak yang terikat kontrak elektronik mereka. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) di Indonesia menjadi landasan hukum bagi kebebasan berkontrak, yang memungkinkan para pihak untuk menentukan pilihan hukum dalam transaksi internasional²². Meskipun demikian, ketentuan yang ada saat ini bersifat parsial dan belum sepenuhnya menangani isu-isu utama, seperti pengaturan hukum lintas batas negara dan harmonisasi sistem hukum antar negara. Hal ini menegaskan perlunya kerjasama internasional untuk menciptakan kerangka hukum yang lebih jelas dan harmonis²³.

Perbedaan pelaksanaan regulasi *Antitrust* antar negara juga menambah kompleksitas, karena setiap negara pasti memiliki pendekatan yang berbeda terhadap aturan *antitrust*. Beberapa negara bisa saja lebih ketat dalam penegakan aturan ini, sementara yang lain mungkin lebih longgar. Hal ini menciptakan ketidakseimbangan dalam pasar internasional²⁴. Dengan pesatnya pertumbuhan FinTech saat ini perhatian terhadap regulasi yang pas dan tepat menjadi semakin penting untuk melindungi konsumen dan memastikan integritas pasar. Untuk menghadapi tantangan ini secara efektif, penting bagi negara-negara untuk berkolaborasi dalam merumuskan regulasi yang harmonis di tingkat internasional. Kerjasama ini akan mendukung perkembangan transaksi digital sekaligus melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat, menciptakan lingkungan yang lebih stabil untuk masa depan ekonomi global.

KESIMPULAN

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia membawa tantangan hukum yang lebih kompleks khususnya yang berhubungan dengan peraturan antimonopoli dan perlindungan konsumen dalam transaksi lintas batas. Sangat Penting mengevaluasi, memperbaharui kerangka hukum, yang ada terutama Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, agar bisa mengawasi praktik bisnis yang semakin

¹⁸ Djemma and Subair, "Dampak Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Cross – Border."

¹⁹ Permata Shofie Verlyana, "Mekanisme Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Lintas Batas Menurut UU No 19 2008 Tenta," 2016, 8440–54.

²⁰ Nainggolan, "Jaminan Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Elektronik Lintas Batas Negara."

²¹ Asress Adimi Gikay, "European Consumer Law and Blockchain Based Financial Services: A Functional Approach against the Rhetoric of Regulatory Uncertainty," *Tilburg Law Review* 24, no. 1 (2018): 27–48, <https://doi.org/10.5334/tilr.135>.

²² Jasmine, "Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Cross Border E-Commerce the Consumer Protection in Cross Border E-Commerce Transactions" 6, no. 3 (2022): 359–70.

²³ Rosianna Evanesa Sihombing et al., "Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce Di Indonesia (Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan Dan Pengawasan)," no. 6 (2024): 58–70.

²⁴ Nainggolan, "Jaminan Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Elektronik Lintas Batas Negara."

kompleks di *platform* digital yang kadang sangat sulit untuk dimonitoring atau di awasinya. Aturan antimonopoli yang efektif dapat mendorong persaingan yang sehat, memungkinkan perusahaan kecil untuk bersaing dan berinovasi di pasar yang didominasi oleh perusahaan besar. Masalah seperti Kasus Apple vs. Epic Games menyoroti pentingnya kerangka hukum yang kuat untuk melindungi hak konsumen serta memastikan keberagaman inovasi di industri. Di tingkat internasional, perbedaan aturan *antitrust* dan perlindungan konsumen antar negara menjadi penghalang, sehingga dibutuhkan adanya harmonisasi hukum yang bisa mengadopsi standar minimum perlindungan konsumen lintas batas. Undang-undang ITE di Indonesia berfungsi sangat penting dalam pengaturan transaksi digital dan memberikan dasar bagi penyelesaian sengketa. Tetapi edukasi dan pemahaman tentang regulasi ini masih perlu ditingkatkan di kalangan pelaku bisnis dan konsumen. Pendekatan kolaboratif antar negara juga penting dalam menciptakan regulasi yang komprehensif, terutama dalam mengatasi tantangan dari teknologi digital, termasuk dalam sektor FinTech. Untuk menciptakan ekosistem digital yang sehat dan adil, diperlukan regulasi yang tidak hanya reaktif tetapi juga proaktif, sehingga mampu beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika pasar yang berubah dan melindungi kepentingan semua pihak terkait dalam perdagangan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmar Fachurraahman, Dika. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Saat Melakukan Transaksi Jual Beli Online." *Bureaucracy Journal : Jurnal of Law and Sosial -Political Governance* 13, no. 1 (2023): 104–16. <https://doi.org/10.53363/bureau.v3i1.228>.
- Arte, Pratik, and Jorma Larimo. "Moderating Influence of Product Diversification on the International Diversification-Performance Relationship: A Meta-Analysis." *Journal of Business Research* 139, no. November 2021 (2022): 1408–23. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.037>.
- Beems, Belle. "The DMA in the Broader Regulatory Landscape of the EU: An Institutional Perspective." *European Competition Journal* 19, no. 1 (2023): 1–29. <https://doi.org/10.1080/17441056.2022.2129766>.
- D'Arma, Alessandro, Tim Raats, and Jeanette Steemers. "Public Service Media in the Age of SVoDs: A Comparative Study of PSM Strategic Responses in Flanders, Italy and the UK." *Media, Culture and Society* 43, no. 4 (2021): 682–700. <https://doi.org/10.1177/0163443720972909>.
- Djemma, Universitas Andi, and Laola Subair. "Dampak Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Cross – Border" 4, no. 2 (2024): 17–29.
- Feiner, Lauren. "Why Epic's Lawsuit against Apple Just Won't Quit." *Theverge*, 2024.
- Gikay, Asress Adimi. "European Consumer Law and Blockchain Based Financial Services: A Functional Approach against the Rhetoric of Regulatory Uncertainty." *Tilburg Law Review* 24, no. 1 (2018): 27–48. <https://doi.org/10.5334/tilr.135>.
- Graef, Inge, and Sean Van Berlo. "Towards Smarter Regulation in the Areas of Competition, Data Protection and Consumer Law: Why Greater Power Should Come with Greater Responsibility." *European Journal of Risk Regulation* 12, no. 3 (2021): 674–98. <https://doi.org/10.1017/err.2020.92>.
- Jasmine. "Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Cross Border E-commerce the Consumer Protection in Cross Border E-commerce Transactions" 6, no. 3 (2022): 359–70.
- Monti, Giorgio. "Taming Digital Monopolies: A Comparative Account of the Evolution of *Antitrust* and Regulation in the European Union and the United States." *Antitrust Bulletin* 67, no. 1 (2022): 40–68. <https://doi.org/10.1177/0003603X211066978>.
- Morton, Fiona Scott, and Cristina Caffarra. "The European Commission *Digital Markets Act*: A Translation." *Voxeu*, 2021. https://cepr.org/voxeu/columns/european-commission-digital-markets-act-translation?utm_source=chatgpt.com.
- Nainggolan, B. "Jaminan Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Elektronik Lintas Batas Negara," 2021.
- Rea/rir. "No TitleCegah Monopoli Google, RI Siapkan Regulasi Baru Demi Ekonomi Digital." *CNN*, 2024.
- Rizki, Mochammad Januar. "Tantangan Penegakan Hukum Anti-Monopoli Era Ekonomi Digital." *Hukum Online*, 2021.
- Sihombing, Rosianna Evanesa, Made Gede, Subha Karma, Fakultas Hukum, and Universitas Udayana.

- “Perlindungan Konsumen Dalam *E-commerce* Di Indonesia (Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan Dan Pengawasan),” no. 6 (2024): 58–70.
- Spilker, Hendrik Storstein, and Terje Colbjørnsen. “The Dimensions of Streaming: Toward a Typology of an Evolving Concept.” *Media, Culture and Society* 42, no. 7–8 (2020): 1210–25. <https://doi.org/10.1177/0163443720904587>.
- Spulber, Daniel F. “Antitrust and Innovation Competition.” *Journal of Antitrust Enforcement* 11, no. 1 (2023): 5–50. <https://doi.org/10.1093/jaenfo/jnac013>.
- Straubhaar, Joseph. “Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity.” *Critical Studies in Media Communication* 8 (March 1, 1991): 39–59. <https://doi.org/10.1080/15295039109366779>.
- Verlyana, Permata Shofie. “Mekanisme Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Lintas Batas Menurut UU No 19 2008 Tenta,” 2016, 8440–54.