

STUDI KOMPARATIF PENGATURAN DISKRIMINASI HARGA BERBASIS ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM BENTUK PERSONALISED PRICING ANTARA HUKUM PERSAINGAN USAHA INDONESIA DENGAN HUKUM PERSAINGAN USAHA JERMAN

Oleh: Riska Dian Nurmalitasari¹, Veri Antoni²

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan pengaturan praktik diskriminasi harga berbasis *artificial intelligence* dalam bentuk *personalised pricing* antara Hukum Persaingan Usaha Indonesia dengan Hukum Persaingan Usaha Jerman. Penelitian ini juga bertujuan untuk menemukan hal-hal yang dapat diadopsi untuk pembaruan pengaturan diskriminasi harga dalam Hukum Persaingan Usaha Indonesia berdasarkan studi komparatif dengan Hukum Persaingan Usaha Jerman.

Jenis penelitian penulisan hukum ini adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan studi komparatif. Pembahasan dilakukan dengan cara menganalisis data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Data yang didapat tersebut kemudian diolah dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan disajikan secara deskriptif analitis.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: **Pertama**, ketentuan diskriminasi harga pada Pasal 6 UU Nomor 5 Tahun 1999 hanya dapat menjangkau praktik *personalised pricing* yang diselenggarakan melalui perjanjian atau kesepakatan bersama antar pelaku usaha. Sementara praktik *personalised pricing* pada umumnya diselenggarakan secara sepihak tanpa perjanjian. Ketentuan diskriminasi harga pada *Section 19 (2) No. 3 GWB* lebih relevan dalam menjangkau praktik *personalised pricing* karena dapat mengakomodir praktik *personalised pricing* yang diselenggarakan melalui perjanjian maupun secara sepihak tanpa perjanjian. Selain itu, Hukum Persaingan Usaha Indonesia mengatur diskriminasi harga secara *per se*. Sementara praktik *personalised pricing* memiliki efek yang ambigu dan multidimensional sehingga harus ditinjau menggunakan *effect-based approach* secara kasus per kasus. Pendekatan yang digunakan oleh Hukum Persaingan Usaha Jerman lebih relevan karena diskriminasi harga diatur secara *rule of reason*. **Kedua**, Indonesia dapat belajar dari Hukum Persaingan Usaha Jerman dengan: 1) mengklasifikasikan diskriminasi harga dalam kerangka aturan penyalahgunaan posisi dominan, bukan melalui kerangka aturan perjanjian yang dilarang; 2) mengatur ketentuan diskriminasi harga secara *rule of reason*, bukan *per se illegal*.

Kata Kunci: diskriminasi harga, kecerdasan buatan, pasar multisisi

¹ Mahasiswa Konsentrasi Hukum Bisnis pada Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

² Dosen Hukum Bisnis pada Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

**THE REGULATION OF PERSONALIZED PRICING AS
ARTIFICIAL INTELLIGENCE-BASED PRICE DISCRIMINATION
ACCORDING TO INDONESIAN COMPETITION LAW AND GERMAN
COMPETITION LAW**

By: Riska Dian Nurmalitasari¹, Veri Antoni²

ABSTRACT

This research aims to understand personalised pricing as AI-based price discrimination through the perspectives of Indonesia and Germany Competition Law. This research also aims to find a variety of lessons that Indonesia can learn from Germany approach that can be used to improve the current regulatory framework in Indonesia.

The type of this research is normative legal research. The discussion is carried out by analyzing secondary data consisting of primary, secondary, and tertiary legal materials. The data obtained were then processed using a qualitative approach and presented in an analytical descriptive manner.

*The results of this research are as follows: **First**, the provision of price discrimination in Article 6 of Law Number 5 of 1999 can only cover the practice of personalized pricing which is carried out through agreements between business actors. Meanwhile, personalized pricing is generally carried out unilaterally without an agreement. The price discrimination provisions in Section 19 (2) No. 3 GWB is more relevant for personalized pricing because it can reach both personalized pricing that carried out through an agreement or unilateral conduct. Indonesia Competition Law also regulates price discrimination as a *per se*. Meanwhile, the practice of personalized pricing has an ambiguous and multidimensional effect. The approach used by the German Business Competition Law is more relevant because price discrimination is regulated with the rule of reason approach. **Second**, Indonesia can reflect from Germany by amending the provisions of Article 6 of Law Number 5 of 1999 by classifying price discrimination as within the framework of rules for abuse of dominant position, not through the framework of prohibited agreements. As well as regulating the provisions of price discrimination by rule of reason, not *per se* illegal.*

Keywords: *price discrimination, artificial intelligence, multisided market*

¹ Undergraduate Law Student of Business Law Department, Faculty of Law, Gadjah Mada University

² Lecturer of Business Law Department, Faculty of Law, Gadjah Mada University