

PELINDUNGAN HUKUM DALAM *ATTENTION MARKETS* DITINJAU DARI HUKUM PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA

Oleh: Romel Dymastio¹ dan Hariyanto²

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan pelindungan hukum pada konsumen dan pelaku usaha dalam *Attention markets* jika ditinjau dari hukum persaingan usaha di Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisa tantangan dalam penegakan hukum dan potensi pelanggaran hukum pada *Attention markets* jika ditinjau hukum persaingan usaha di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif yang bersumber dari Peraturan perundang-undangan dan norma-norma hukum yang terkandung didalamnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan berusaha memaparkan atau memberikan gambaran terkait pelindungan hukum persaingan usaha di Indonesia terhadap *attention markets*. Data dianalisa dengan metode kualitatif yaitu dengan mengumpulkan lalu melakukan seleksi bahan hukum sesuai dengan kualitas kebenarannya kemudian dilakukan penyusunan secara sistematis dan dihubungkan dengan teori dan ketentuan perundang-undangan dengan bantuan interpretasi yang didasarkan pada penalaran silogisme deduktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pertama, Konsumen dan pelaku usaha merupakan subjek pelindungan hukum dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999. Kedua, *Attention markets* dengan karakteristiknya yang unik menimbulkan kekaburan norma dalam Undang-undang *a quo* karena tidak diberikannya batasan yang jelas terkait sejauh mana yang dimaksud dengan frasa “kegiatan usaha dalam bidang ekonomi” kemudian pada pengertian “Harga” UU *a quo* tidak memberi penjelasan terkait apa saja yang termasuk ke dalam “harga yang dibayar dalam transaksi” sebab dalam transaksi konsumen dan pelaku usaha (*platforms*) transaksinya tidaklah melibatkan mata uang fiat maupun harga positif. Ketiga, metode penentuan pasar bersangkutan serta penentuan posisi dominan yang pada umumnya digunakan KPPU bergantung kepada variabel-variabel kuantitatif, sementara dalam transaksi pada *attention markets* melibatkan variabel *non-monetary* seperti atensi dan data pribadi (*attention & information cost*).

Kata kunci: Pelindungan hukum, Persaingan usaha, *Attention markets*

¹ Mahasiswa Departemen Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

² Dosen Departemen Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

LEGAL PROTECTION IN *ATTENTION MARKETS* REVIEWED FROM ANTITRUST LAW IN INDONESIA

By: Romel Dymastio and Hariyanto

ABSTRACT

This research aims to describe the legal protection for consumers and business actors in *Attention markets* when viewed from the law of business competition in Indonesia. This research also aims to analyze the challenges in enforcing the law and the potential for legal violations in *Attention markets* when viewed from the law of business competition in Indonesia.

This research uses normative research methods sourced from regulations and legal norms contained within them. This research uses a descriptive approach by trying to present or provide an overview of legal protection for business competition in Indonesia in *attention markets*. Data is analyzed using qualitative methods, namely by collecting and then selecting legal materials according to their accuracy, then systematically arranged and connected to theories and legal provisions with the help of interpretation based on deductive syllogism reasoning.

The results of this study indicate that: First, consumers and business actors are the subjects of legal protection in Law Number 5 of 1999. Second, *Attention markets* with their unique characteristics create confusion in the norms in the aforementioned law due to the lack of clear boundaries regarding the extent to which the phrase "business activities in the field of economics" is intended, then in the understanding of "Price" the aforementioned law does not provide an explanation of what is included in "the price paid in transactions" because in transactions between consumers and business actors (*platforms*) the transactions do not involve fiat money or positive prices. Third, the method of determining the relevant market and determining the dominant position that is generally used by the Competition Supervisory Commission (KPPU) depends on quantitative variables, while transactions in *attention markets* involve non-monetary variables such as attention and personal data (attention & information cost).

Keywords: Legal protection, Antitrust, *Attention markets*,