

**URGENSI PENGATURAN PENYALAHGUNAAN POSISI DOMINAN
DALAM PASAR DIGITAL DITINJAU DARI
HUKUM PERSAINGAN USAHA
(Studi Komparatif Indonesia dan Uni Eropa)**

INTISARI

Oleh:

Jovanka Ningtyas Kirana¹ & Veri Antoni²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai urgensi pengaturan penyalahgunaan posisi dominan dalam pasar digital ditinjau dari hukum persaingan usaha (Komparatif Indonesia dan Uni Eropa) dengan melibatkan peraturan di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, dan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang menggunakan bahan pustaka yaitu bahan primer dan sekunder yang diuraikan secara deskriptif. Pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan undang-undang dan pendekatan perbandingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan mengenai penyalahgunaan posisi dominan terkait dengan kontrol terhadap data dalam pasar digital belum diatur dalam regulasi yang ada di Indonesia. Penyalahgunaan posisi dominan dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 hanya mengatur mengenai harga di dalam pasar produk serta pasar geografis. Tidak adanya kewajiban pelaku usaha dalam melakukan kontrol terhadap data pengguna dan transparansi serta bagaimana pelaku usaha memanfaatkan data tersebut menjadi tantangan saat ini. Selain itu, belum terintegrasinya peraturan persaingan usaha dengan perlindungan data pribadi di Indonesia menjadi kendala bagi Komisi Pengawas Persaingan Usaha untuk memaksimalkan pengawasan dalam lingkup persaingan usaha terutama dalam pasar digital. Maka dengan demikian, hal tersebut menjadi urgensi untuk diatur dengan segera. Penulis melakukan perbandingan dengan *Digital Market Act, lesson learn* yang diterapkan di Indonesia yaitu pentingnya persaingan yang adil, wajib melaporkan transparansi data yang dikumpulkan dan digunakan oleh pelaku usaha kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha, serta pengawasan terhadap kepatuhan seperti yang dilakukan oleh otoritas Uni Eropa dalam menerapkan *Digital Market Act*.

Kata Kunci: *Penyalahgunaan Posisi Dominan, Pasar Digital, Digital Market Act, Komisi Pengawasan Persaingan Usaha.*

¹ Mahasiswa Magister Hukum Bisnis dan Kenegaraan, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada.

² Dosen Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

***THE URGENCY OF REGULATION OF ABUSE OF DOMINANT
POSITION IN THE DIGITAL MARKET REVIEWED
FROM THE BUSINESS COMPETITION LAW
(Comparative Study of Indonesia and the European Union)***

ABSTRACT

Oleh:

Jovanka Ningtyas Kirana¹ & Veri Antoni²

This research aims to find out and analyze the urgency of regulating dominant protectors in the digital market in terms of business competition law (Comparative position of Indonesia and the EU) by involving regulations in Indonesia, namely Law Number 5 of 1999, Law Number 11 of 2008, and Law Number 27 of 2022. This research uses normative juridical research methods, namely legal research that uses library materials, namely primary and secondary materials described descriptively. The approaches taken are the statutory approach and the comparative approach. The research results show that regulations regarding dominant position servers related to control of data in digital markets have not been regulated in existing regulations in Indonesia. Abuse of dominant position in Law Number 5 of 1999 only regulates prices in product markets and geographical markets. The absence of crimes by business actors in controlling user data and transparency and how business actors utilize this data is a current challenge. Apart from that, the lack of integration of business competition regulations with personal data protection in Indonesia is an obstacle for the Business Competition Supervisory Commission to maximize supervision within the scope of business competition, especially in the digital market. Therefore, it's urgent that this matter be regulated immediately. The author makes a comparison with the DMA, the lessons that are applied in Indonesia are the importance of fair competition, mandatory reporting of transparency of data collected and used by business actors to the Business Competition Supervisory Commission, as well as monitoring compliance as carried out by European Union authorities in implementing the Law.

Keywords: Abuse of Dominant Position, Digital Market, Digital Market Act, Business Competition Supervisory Commission.

¹ Student Master of Law, Faculty of Law, Gadjah Mada University.

² Lecturer Faculty of Law, Gadjah Mada University.