

MANIPULASI ALGORITMA OLEH *PLATFORM* BISNIS *SOCIAL-COMMERCE* DI ERA EKONOMI DIGITAL DALAM PERPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA

INTISARI

Sulistyarini¹, Alfatika Aunuriella Dini²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis potensi perilaku anti persaingan yang diakibatkan dari kegiatan manipulasi algoritma oleh *platform* bisnis *social-commerce* berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan juga peran KPPU dalam mencegah dan menegakkan hukum persaingan usaha terhadap potensi perilaku anti-persaingan dari penyalahgunaan pemanfaatan algoritma oleh *platform* bisnis digital di Indonesia.

Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif-empiris yang tidak hanya dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan berkaitan dengan topik penelitian, namun juga menggali secara lebih mendalam melalui proses wawancara dengan narasumber dan responden penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian penulis.

Penelitian ini menghasilkan dua kesimpulan. Pertama, manipulasi algoritma oleh *platform* bisnis *social-commerce* berpotensi mengakibatkan penyalahgunaan posisi dominan dan praktik diskriminasi yang diatur pada Pasal 25 dan Pasal 19 huruf d Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Kedua, peran KPPU dalam melaksanakan pencegahan terhadap potensi perilaku anti-persaingan dari penyalahgunaan pemanfaatan algoritma oleh *platform* bisnis digital di Indonesia belum secara langsung menyoroti potensi perilaku anti-persaingan yang diakibatkan oleh penyalahgunaan pemanfaatan algoritma oleh *platform* digital, namun KPPU telah melakukan beberapa kajian dan penelitian pada sektor ekonomi digital, termasuk mengeluarkan Peraturan Ketua KPPU Nomor 4 Tahun 2022 Tentang Penentuan Pasar Bersangkutan yang akan memberikan pedoman kepada KPPU untuk menentukan pasar bersangkutan termasuk dalam pendefinisian pasar bersangkutan dalam ekonomi digital. Sementara itu, dalam melaksanakan peran penegakan hukumnya, KPPU setidaknya telah menangani dua perkara persaingan usaha pada sektor ekonomi digital yang melibatkan penyalahgunaan algoritma *platform*, yaitu pada perkara Grab dan PT TPI serta perkara layanan jasa pengiriman (kurir) pada *platform* Shopee.

Kata kunci: Manipulasi Algoritma, *Social-Commerce*, Hukum Persaingan Usaha.

¹ Mahasiswa Magister Ilmu Hukum Universitas Gadjah Mada.

² Dosen Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada.

ALGORITHM MANIPULATION BY SOCIAL-COMMERCE BUSINESS PLATFORMS IN THE DIGITAL ECONOMY ERA FROM THE PERSPECTIVE OF BUSINESS COMPETITION LAW IN INDONESIA

ABSTRACT

Sulistyarini¹, Alfatika Aunuriella Dini²

This study aims to determine and analyze the potential of anti-competitive behavior caused by algorithm manipulation activities by social-commerce business platforms based on the provisions of Law Number 5 Year 1999 and also the role of Indonesian Competition Commission in preventing and enforcing business competition law against the potential of anti-competitive behavior from the misuse of algorithm utilization by digital business platforms in Indonesia.

This research is a normative-empirical legal research that not only conducted by examining laws and regulations related to the research topic, but also digging deeper through the interview process with research sources related to the author's research topic.

This research resulted in two conclusions. First, algorithm manipulation by social-commerce business platforms has the potential to result in abuse of dominant position and discriminatory practices regulated in Article 25 and Article 19 letter d of Law Number 5 Year 1999. Second, the role of Indonesian Competition Commission in preventing potential anti-competitive behavior from the misuse of algorithms by digital business platforms in Indonesia has not directly targeted the potential anti-competitive behavior caused by the misuse of algorithms by digital platform, but the Indonesian Competition Commission has conducted several studies and research in the digital economy sector, including issuing Regulation of the Chairperson of Indonesian Competition Commission Number 4 of 2022 concerning Determination of the Relevant Market which will provide guidelines for the Indonesian Competition Commission to determine the relevant market including in defining the relevant market in the digital economy. Meanwhile, in carrying out its law enforcement role, Indonesian Competition Commission has handled at least two business competition cases in the digital economy sector involving the misuse of platform algorithms, namely the Grab and PT TPI cases and the delivery services (courier) case on the Shopee platform.

Keywords: *Algorithm Manipulation, Social-Commerce, Business Competition Law.*

¹ Postgraduate Student of Master of Law, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada.

² Lecturer of Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada.