

PERSAINGAN USAHA PADA ERA DIGITAL MENURUT PERSEPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA

Sanjuan Erlin Wijaya ¹, Rowlan Takaya ²
Universitas Trisakti

Correspondence		
Email: sanjuanwijaya9@gmail.com , rowlan.tky@gmail.com		No. Telp:
Submitted 24 November 2024	Accepted 27 November 2024	Published 4 Desember 2024

ABSTRACT

This research aims to analyze business competition in the digital era from the perspective of business competition law. The method used is qualitative with a library research approach. The research results show that. The Impact of Digital Business Transformation on Business Competition Law Technological developments in various industrial sectors have a major impact on a country's economic engine, requiring its citizens to adapt. As technology advances in various aspects of life, including Health, Education, and the Economy, the government is taking steps to prepare society for these changes. The challenges posed by this transformation are quite large, ranging from daily lifestyles to economic (business) motives. Business competition law for digital economy companies has become a policy agenda throughout the world. In particular, digital platform companies can achieve market power

Keywords : Business Competition, Digital Era and Perspective.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persaingan usaha pada era digital dalam persepektif hukum persaingan usaha. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan library research. Hasil penelitian menunjukkan bahwa . Dampak Transformasi Bisnis Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha Perkembangan teknologi di berbagai sektor industri berdampak besar pada mesin ekonomi suatu negara, yang mengharuskan warganya untuk beradaptasi. Seiring kemajuan teknologi di berbagai aspek kehidupan, termasuk Kesehatan, Pendidikan, dan Ekonomi, pemerintah mengambil langkah-langkah untuk mempersiapkan masyarakat menghadapi perubahan ini. Tantangan yang ditimbulkan oleh transformasi ini cukup besar, mulai dari gaya hidup sehari-hari hingga motif ekonomi (bisnis) Hukum persaingan usaha bagi perusahaan ekonomi digital telah menjadi agenda kebijakan di seluruh dunia Khususnya, perusahaan platform digital dapat mencapai kekuatan pasar

Kata Kunci : Persaingan Usaha, Era Digital dan Persepektif

Pendahuluan

Digitalisasi mengubah bisnis tidak hanya di negara-negara maju secara teknologi tetapi juga di negara-negara berkembang, memberikan peluang untuk mengejar ketertinggalan dalam penciptaan dan perluasan bisnis (UNCTAD, 2017). Meskipun terdapat kesenjangan dalam akses ke teknologi, bahkan di negaranegara berkembang teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk mengganggu sistem penjualan dan distribusi, mengubah perilaku pembelian konsumen, dan mengubah permintaan akan produk dan layanan. Perusahaan dapat memperoleh manfaat dari digitalisasi melalui, misalnya, akses yang lebih besar ke sumber daya, peningkatan jangkauan pasar, dan komunikasi yang lebih cepat/lebih efektif. Namun, sisi negatifnya juga ada melalui erosi keunggulan kompetitif yang lebih cepat, sumber risiko baru, dan peralihan kekuasaan ke pembeli dan platform teknologi digital memungkinkan perusahaan yang sudah mapan dan baru untuk berekspansi secara internasional, memanfaatkan peluang di negara asing tanpa beban dan risiko keuangan yang sama yang secara tradisional dikaitkan dengan investasi asing. Penulis berpendapat bahwa teknologi digital membuat bisnis mempertimbangkan kembali argumen yang membentuk strategi internasionalisasi mereka. Di satu sisi, digitalisasi memfasilitasi IB dengan mengurangi biaya transaksi dan koordinasi secara drastis, sehingga memfasilitasi model bisnis yang terintegrasi secara global. Faktanya, banyak pengusaha

perusahaan "lahir digital" memulai dari pola pikir "global secara default" (Birkinshaw, 2022). Di sisi lain, sebagian besar perusahaan digital masih harus berurusan dengan lembaga formal dan informal nasional yang mungkin dapat mereka manfaatkan untuk menciptakan keunggulan, tetapi yang juga dapat menjadi hambatan untuk menerapkan model bisnis global. Selain itu, sumber daya nasional yang mendukung bisnis digital membentuk keputusan tentang di mana perusahaan menempatkan aktivitas mana (Setyawati & Lolita, 2024)

Bagi beberapa perusahaan, yang dikenal sebagai perusahaan digital, teknologi digital menjadi inti model bisnis mereka. Bahkan memungkinkan (dan hemat biaya) untuk memanfaatkan sumber daya manusia di lokasi yang jauh untuk proyek tertentu, seperti desain logo (Kumar, Deodhar & Zaheer, 2023). Hal ini termasuk perusahaan yang menyediakan produk/jasa fisik melalui ekosistem digital (termasuk ekonomi berbagi) serta perusahaan yang menyediakan produk atau jasa digital dalam ekosistem digital

Transformasi digital merupakan evolusi terkini dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk bidang ekonomi. Gelombang transformasi ini telah membawa berbagai kemajuan signifikan dan positif yang sangat menguntungkan perusahaan dalam hal profitabilitas. Teknologi digital telah memicu berbagai inovasi, termasuk munculnya perdagangan elektronik (e-commerce) dan marketplace. Platform daring yang inovatif ini memfasilitasi pembelian dan penjualan barang, sehingga interaksi tatap muka tradisional antara produsen dan konsumen menjadi usang untuk transaksi.

Salah satu ikon dunia digital yang paling terlihat adalah kemunculan platform digital, yang disebut di sini sebagai antarmuka yang memfasilitasi transaksi dan pertukaran multilateral di antara pengguna dan penyedia produk dan layanan pelengkap, yaitu, "pelengkap" (Li, Chen, Yi, Mao, & Liao, 2019). Platform digital berpotensi mengubah seluruh industri dengan menciptakan bentuk-bentuk baru kerja sama antar-perusahaan dengan ekosistem yang berpusat pada platform (misalnya, Kretschmer, Leiponen, Schilling, & Vasudeva, 2022) dan efek jaringan yang dapat bersifat internasional (Brouthers, Geisser, & Rothlauf, 2016). Beberapa platform (misalnya, jejaring sosial seperti Facebook) beroperasi sepenuhnya pada aliran data dan produk digital; secara teknis mereka dapat melayani pasar asing tanpa kehadiran lokal. Sehubungan dengan warisan organisasi, faktor-faktor baru yang membentuk strategi digital adalah akses ke sumber daya digital pelengkap, dan infrastruktur TI yang ada yang sebenarnya dapat menjadi sumber inersia karena peralihan dari satu platform perangkat lunak ke platform perangkat lunak lainnya memerlukan perubahan organisasi yang cukup besar (Bukit et al., 2022)

Persepektif persaingan usaha diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tujuannya adalah untuk menciptakan lingkungan usaha yang teratur, efektif, dan bebas monopoli, sehingga tercipta perekonomian yang stabil di masyarakat. Indonesia telah membentuk badan pengawas, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), yang bertugas mengawasi dan menegakkan hukum terkait persaingan usaha tidak sehat. (Maulana & Santosa, 2023) Dampak transformasi bisnis digital mau tidak mau menghadirkan tantangan baru bagi penjual (produsen) dan pembeli (konsumen). Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, salah satu tantangan tersebut adalah persaingan usaha antar sesama penjual (Cahyani & Yunani, 2023). Kondisi persaingan tidak dapat dihindari, karena semua produsen bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan guna mempertahankan kegiatan ekonomi. Kondisi ekonomi ini telah membawa perubahan positif, yaitu membebaskan produsen dari kebutuhan untuk menyewa atau mengoperasikan toko fisik, dan memungkinkan mereka untuk mendirikan "toko" digital melalui telepon pintar mereka. Transaksi bisnis digital menawarkan manfaat yang signifikan bagi para penjual (produsen). Meskipun persaingan semakin ketat, penting untuk memiliki landasan yang berakar pada Kode

Etik atau serangkaian pedoman yang mempromosikan etika bisnis dan kerja bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi (Putra, 2021)

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini adalah library research dengan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal atau penelitian terdahulu yang relevan dengan pembahasan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dimulai dari reduksi data, display data dan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Transformasi Digital Ekonomi Pada Usaha

Pada tahap awal Internet, banyak pengamat memperkirakan peran negara-bangsa akan semakin berkurang karena komunikasi digital dan produk digital dapat melintasi batas negara tanpa hambatan (misalnya, Kotha, Rindova, & Rothaermel, 2001; Quelch, 1996). Memang, para pemimpin perusahaan yang lahir di era digital sering kali mengadaptasi pola pikir 'global secara default' (Birkinshaw, 2022; Nambisan & Luo, 2022). Namun, bisa dibilang, pengaruh nasional terhadap IB tidak pernah benar-benar hilang (Kobrin, 2001). Beberapa tahun terakhir telah menyaksikan munculnya kembali faktor-faktor nasional dalam membentuk bisnis, bahkan dalam ekonomi digital informal didefinisikan sebagai aturan dan batasan yang biasanya tidak tertulis tetapi dianut bersama secara sosial yang menghasilkan ekspektasi perilaku sosial.

Masyarakat memiliki sikap yang berbeda-beda terhadap teknologi baru, termasuk kecepatan perubahan teknologi dan perlindungan data pribadi, yang pada gilirannya memengaruhi bagaimana dan seberapa cepat konsumen terlibat dengan teknologi baru (Smith, Deitz, Toyne, Hansen, Grunhagen, & Witte, 2013). Dalam edisi ini, Madan, Savani, dan Katsikeas (2023) menunjukkan bahwa respons masyarakat terhadap pelanggaran data di ruang digital dikaitkan dengan konsep tradisional budaya nasional, khususnya jarak kekuasaan dan penghindaran ketidakpastian. Variasi nasional dalam sikap konsumen tersebut dapat diharapkan memengaruhi protokol keamanan siber yang diadopsi perusahaan, dan kemampuan bisnis digital ciri-ciri budaya nasional cenderung memengaruhi interaksi di ruang digital sebagaimana ciri-ciri tersebut memengaruhi komunitas tradisional. Misalnya, Thompson dan Brouthers (2021) menemukan bahwa perbedaan budaya antarnegara dan di dalam negara berdampak signifikan terhadap efektivitas iklan daring dan perilaku mengklik serta berbagi konsumen. Secara khusus, laju adopsi teknologi baru kemungkinan besar terkait dengan ciri-ciri budaya seperti penghindaran ketidakpastian, yang tidak hanya membentuk kewirausahaan digital tetapi juga kemauan pengguna platform untuk bereksperimen dengan penawaran dan teknologi baru (Effendi, 2020).

Transformasi bisnis digital menawarkan manfaat yang signifikan, khususnya bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Lanskap persaingan digital sudah mulai terbentuk, terbukti dari menjamurnya marketplace dan bisnis berbasis platform. Mereka berlomba-lomba memberikan penawaran kepada konsumen dalam rangka meraih target keuntungan. Model bisnis berbasis platform, multi-sided market, dan network effect yang semakin kompleks mendorong persaingan antar pelaku bisnis (Ahmad Sabirin dan Raafid Haidar Herfian, 2021). Indonesia, dengan penduduknya yang fasih dalam penggunaan dan pengoperasian internet, memiliki potensi besar untuk adopsi bisnis digital. McKinsey & Company, sebuah perusahaan konsultan manajemen, menyatakan bahwa negara ini sangat kondusif untuk pengembangan bisnis digital.

Karakteristik penting dari platform ekonomi digital adalah kemampuannya untuk menjangkau beberapa pasar (pasar multi-sisi) melalui jangkauan jaringan. Karakteristik ekonomi internet yang khas memberikan kesulitan yang signifikan dalam hal hukum

persaingan, terutama bagi regulator persaingan perusahaan. Dalam studi ini, pengertian undang-undang persaingan diperiksa dalam hal bagaimana mengidentifikasi pasar dan menentukan dominasi pasar dalam konteks platform dan jaringan digital. Pentingnya undang-undang persaingan dalam ekonomi digital disoroti dalam makalah ini. Transaksi perdagangan yang pada awalnya hanya dilakukan melalui pola konvensional secara tatap muka, kini dapat dilakukan secara online melalui media internet. Karakteristik penting dari platform ekonomi digital adalah kemampuannya untuk menjangkau beberapa pasar (pasar multi-sisi) melalui jangkauan jaringan.

Transformasi digital bisnis memaksa banyak pelaku bisnis untuk bersaing, karena mereka berusaha untuk Ketika karyawan hanya fokus pada manajemen platform, mereka cenderung bekerja lebih Gangguan teknis muncul dari berbagai faktor, termasuk perangkat internet yang rusak seperti ponsel pintar atau komputer. Gangguan ini juga dapat berasal dari praktik pemrograman yang buruk, di mana kurangnya pemahaman atau ketepatan menyebabkan gangguan teknis. secara efektif dan efisien, sehingga memaksimalkan produktivitas dan efisiensi operasional. Potensi pertumbuhan pendapatan hingga 80% lebih tinggi untuk Usaha Kecil dan Menengah.

Pendatang baru di platform digital juga menghadapi persaingan dari perusahaan lama yang bukan merupakan platform. Misalnya, platform pemesanan tumpangan juga bersaing dengan industri taksi tradisional di negara tuan rumah, sedangkan platform perdagangan digital melayani pasar yang sama dengan toko fisik. Masuknya platform asing dapat memicu respons strategis oleh perusahaan lama yang sudah ada. Misalnya, Chang dan Sokol (2022) menemukan bahwa setelah masuknya Airbnb ke Taiwan, hotel-hotel berkualitas tinggi semakin meningkatkan harga dan investasi dalam kualitas, sehingga memposisikan ulang diri mereka ke pasar yang lebih tinggi. Oleh karena itu, para pendatang baru perlu terus memantau tindakan kompetitif dan tindakan balasan dari pesaing digital dan tradisional mereka untuk melakukan penyesuaian tepat waktu. Terakhir, perusahaan platform berbeda dari perusahaan tradisional dalam tata kelola ekosistem mereka, yang membawa implikasi kritis terhadap proses internasionalisasi mereka. Perusahaan tradisional biasanya memiliki batasan dan struktur hierarki yang jelas, tetapi fungsi platform memerlukan koordinasi beberapa peserta semi-otonom yang kepentingannya tidak semuanya selaras. Dengan demikian, platform perlu menyiapkan aturan mengenai akses dan kontrol platform, menciptakan insentif untuk mengarahkan perilaku peserta, merancang struktur dan antarmuka untuk memfasilitasi komunikasi yang efisien,

Pengguna Platform Digital Internasional Internet, dan khususnya platform digital, telah memberdayakan banyak perusahaan untuk melakukan internasionalisasi dengan cepat. Dengan demikian, born globals dan born digitals telah menjadi fenomena umum dalam bisnis kontemporer (Monaghan, Tippmann, & Coviello, 2020). Misalnya, eksportir tradisional skala kecil dan menengah dapat memanfaatkan platform digital sebagai saluran alternatif untuk terhubung dengan pembeli asing. Selain itu, perusahaan yang menjual produk digital – seperti perangkat lunak (Wentrup, 2016), aplikasi seluler (Chen et al., 2019), dan layanan platform digital (Jean & Kim, 2020) – dapat mendistribusikan produk mereka sepenuhnya melalui saluran digital, dan dengan demikian menembus pasar internasional dan memperoleh pelanggan asing dengan cepat. Meskipun saluran digital menciptakan peluang besar, saluran tersebut juga menciptakan tantangan kritis bagi pertumbuhan perusahaan kecil dan menengah. Pertama, platform digital menarik banyak pengguna di kedua sisi, dan karenanya menciptakan persaingan yang jauh lebih intensif daripada pasar tradisional. Kedua, efektivitas platform digital sebagai saluran internasionalisasi dapat dipengaruhi oleh perbedaan kelembagaan antara negara asal dan negara tuan rumah. Studi terkini menyoroti bagaimana perusahaan menggunakan platform digital sebagai mekanisme pensinyalan yang membantu mengurangi

asimetri informasi dan menandakan kualitas dan kredibilitas produk. Ketiga, integrasi saluran daring dan fisik dapat membentuk efektivitas penggunaan Internet oleh perusahaan sebagai saluran pemasaran. Eksportir tradisional dapat mengalami perangkap virtualitas ketika terlalu bergantung pada digital dan kurangnya kehadiran fisik di pasar (Prahmana & Wiradiputra, 2022)

Hubungan Persepektif Persaingan Usaha dan Transformasi digital

Hubungan Hukum Persaingan Usaha dengan Transformasi Bisnis Digital 1) 2) 3) Munculnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 didasarkan pada pengakuan pemerintah terhadap fondasi ekonomi Indonesia yang relatif lemah. Lebih jauh, undang-undang ini ditetapkan untuk mengatur bisnis dari semua ukuran, memastikan kepastian yang sama dalam operasi mereka. Dalam persaingan usaha, 2 pendekatan biasanya digunakan untuk menilai tindakan suatu pelaku usaha (Saputra, 2020). Hukum persaingan usaha merupakan peraturan yang mengatur tentang interaksi antara pelaku usaha yang berkecimpung dalam pasar yang sama. Hukum ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tujuannya adalah untuk mencegah terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di antara para pelaku usaha tersebut. Upaya pencegahan ini dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi terjadinya transaksi. Persaingan usaha dapat diklasifikasikan menjadi 2 kategori berikut:

1. Persaingan Usaha yang Sehat

Struktur pasar harus mengadopsi sistem ini untuk menciptakan lingkungan yang kompetitif namun tetap sehat dan kondusif. Berikut ini adalah ciri-ciri persaingan usaha yang sehat:

- a. Baik pendekatan "per se illegal" maupun "rule of reason" merupakan prinsip yang digunakan dalam pengambilan keputusan dalam proses pengadilan. Prinsip-prinsip ini berfungsi sebagai standar antimonopoli.). Memastikan persaingan di pasar yang mengarah pada efisiensi ekonomi dalam semua kegiatan bisnis dan perdagangan.
- b. Hal ini memastikan bahwa transaksi dilakukan secara etis, menguntungkan semua pihak yang terlibat, dan menjaga lingkungan bisnis yang berkembang (Saputra et al., 2022). Berikut ini adalah beberapa ciri yang diberikan oleh Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, untuk mengidentifikasi pasar persaingan usaha tidak sehat. Praktik persaingan tidak sehat. Persaingan yang dilakukan secara tidak sah. Memastikan kesejahteraan konsumen dan melindungi kepentingan konsumen (Ara Annisa Almi, 2023)

2. Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat adalah suatu keadaan persaingan antar pelaku usaha yang tidak berjalan sebagaimana mestinya sehingga menimbulkan suasana yang tidak sehat. Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa "Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha yang melakukan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan secara tidak jujur, Tahun 1999 menyatakan bahwa "Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha yang melakukan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan secara tidak jujur, Struktur pasar harus mengadopsi sistem ini untuk menciptakan lingkungan yang kompetitif namun tetap sehat dan kondusif. Berikut ini adalah ciri-ciri persaingan usaha yang sehat dengan memastikan persaingan di pasar yang mengarah pada efisiensi ekonomi dalam semua kegiatan bisnis dan perdagangan. melawan hukum, atau menghalangi persaingan usaha". Lebih jauh lagi, hal ini mencakup kegiatan-kegiatan seperti perjanjian oligopoli, penetapan harga predator, boikot, kartel, dan praktik anti persaingan usaha lainnya.

Kemudahan dan kemajuan transformasi digital secara signifikan memengaruhi dan membentuk kembali pasar tradisional menjadi jenis modern melalui penggunaan Internet.

Transformasi bisnis digital berfungsi sebagai strategi kompetitif bagi produsen untuk mendapatkan keuntungan. Peralihan ke operasi bisnis digital menghasilkan penghematan biaya karena berkurangnya biaya operasional seperti sewa dan upah karyawan. Operasi ini lebih efektif dan efisien melalui penggunaan telepon pintar dan laptop. Selain itu, bisnis digital memperluas potensi keuntungannya dengan menjangkau basis konsumen online yang lebih luas di luar batas geografis dan temporal. Di era digital saat ini, banyak perubahan telah terjadi, yang mengarah pada potensi penataan ulang ekonomi global yang bergeser dari ekonomi konvensional. Keberadaan pasar digital mencerminkan kemajuan dalam sumber daya manusia, faktor penting yang mendorong transformasi bisnis digital.

Bisnis bersaing untuk menarik karyawan terbaik ke dalam usaha mereka. Lebih jauh, persaingan dalam berbagai aspek seperti inovasi, keterlibatan pelanggan, penguasaan pasar, dan kolaborasi berdampak signifikan terhadap transformasi bisnis digital. Persaingan dalam bisnis digital meliputi persaingan inovasi. Setiap bisnis berusaha menciptakan peluang baru untuk meningkatkan produksi dan penjualan demi pertumbuhan. Inovasi sangat penting karena ketiadaan inovasi dapat membuat bisnis tidak efektif dan lemah dibandingkan dengan pesaing. Persaingan lainnya adalah memperebutkan konsumen yang merupakan urat nadi bisnis. Ini menyiratkan bahwa tanpa konsumen, bisnis tidak dapat berkembang. Akibatnya, para pelaku bisnis perlu menggunakan strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak konsumen. Penggunaan media sosial sebagai alat yang disengaja dapat mengoptimalkan jangkauan pasar sasaran dan membangun keunggulan yang unik

Dampak Transformasi Bisnis Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha Perkembangan teknologi di berbagai sektor industri berdampak besar pada mesin ekonomi suatu negara, yang mengharuskan warganya untuk beradaptasi. Seiring kemajuan teknologi di berbagai aspek kehidupan, termasuk Kesehatan, Pendidikan, dan Ekonomi, pemerintah mengambil langkah-langkah untuk mempersiapkan masyarakat menghadapi perubahan ini. Tantangan yang ditimbulkan oleh transformasi ini cukup besar, mulai dari gaya hidup sehari-hari hingga motif ekonomi (bisnis) (Soesanti et al., 2024)

Tantangan Transformasi Digital Bagi Persepektif Hukum Persaingan Usaha

Sifat digital bisnis memungkinkan khalayak global untuk melihat produk yang ditawarkan, sehingga memperluas jangkauannya. Memperluas jangkauan memberikan wawasan berharga tentang perilaku konsumen, yang menjadi landasan bagi pengembangan dan inovasi bisnis. Akibatnya, hal ini mengarah pada penjualan produk yang lebih tinggi dan pencapaian target penjualan diantaranya:

1. Proses Operasional Ekonomis, Penyederhanaan dan pemotongan biaya proses operasional, seperti gaji karyawan, Rendahnya tingkat literasi turut menyebabkan mudahnya penyebaran informasi palsu (hoax) di Indonesia. Oknumoknum yang tidak bertanggung jawab menyebarkan informasi yang salah tersebut, untuk menimbulkan keresahan di masyarakat. Untuk mengatasi hal ini, masyarakat diimbau untuk lebih berhati-hati dan melakukan verifikasi informasi dari sumber yang terpercaya. 5 sewa, dan biaya terkait produksi, berkontribusi terhadap efisiensi operasional.
2. Peningkatan Produktivitas, Ketika karyawan hanya fokus pada manajemen platform, mereka cenderung bekerja lebih Gangguan teknis muncul dari berbagai faktor, termasuk perangkat internet yang rusak seperti ponsel pintar atau komputer. Gangguan ini juga dapat berasal dari praktik pemrograman yang buruk, di mana kurangnya pemahaman atau ketepatan menyebabkan gangguan teknis. secara efektif dan efisien, sehingga memaksimalkan produktivitas dan efisiensi operasional.
3. Penipuan, Penipuan digital mencakup berbagai macam kegiatan, yang sering kali mencakup penyalahgunaan teknologi. Kegiatan ini berkisar dari pencurian identitas hingga perolehan data pribadi melalui survei yang menipu atau janji palsu. Lingkungan

digital memberikan peluang bagi para penipu, karena transaksi tidak melibatkan interaksi tatap muka antara produsen dan konsumen.

4. Penyebaran Misinformasi, Rendahnya tingkat literasi turut menyebabkan mudahnya penyebaran informasi palsu (hoax) di Indonesia. Oknumoknum yang tidak bertanggung jawab menyebarkan informasi yang salah tersebut, untuk menimbulkan keresahan di masyarakat. Untuk mengatasi hal ini, masyarakat diimbau untuk lebih berhati-hati dan melakukan verifikasi informasi dari sumber yang terpercaya
5. Gangguan Teknis, Gangguan teknis muncul dari berbagai faktor, termasuk perangkat internet yang rusak seperti ponsel pintar atau komputer. Gangguan ini juga dapat berasal dari praktik pemrograman yang buruk, di mana kurangnya pemahaman atau ketepatan menyebabkan gangguan teknis. secara efektif dan efisien, sehingga memaksimalkan produktivitas dan efisiensi operasional. Potensi pertumbuhan pendapatan hingga 80% lebih tinggi untuk Usaha Kecil dan Menengah 2.2.1 Wawasan Bisnis yang Ditingkatkan Untuk mengurangi dampak negatif teknologi dalam bisnis digital, maka teknologi harus digunakan secara bijaksana oleh para praktisi bisnis sesuai dengan tujuan awalnya, yakni jual beli (Santoso, 2023)

Kebijakan mengenai Persepektif Hukum Persaingan Usaha

Hukum persaingan usaha bagi perusahaan ekonomi digital telah menjadi agenda kebijakan di seluruh dunia (Philippon, 2019). Hal ini termasuk persetujuan M&A dalam ekonomi digital. Misalnya, otoritas persaingan usaha prihatin dengan gelombang akuisisi perusahaan rintisan teknologi oleh para pemain terkemuka dalam ekonomi digital (Meyer et al., 2023). Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan-perusahaan ini telah mengakuisisi banyak perusahaan rintisan teknologi muda yang melengkapi penawaran produk mereka, sehingga memungkinkan mereka untuk secara bertahap memperluas kekuatan pasar mereka ke segmen bisnis terkait. Dalam kasus lain, yang dikenal sebagai 'akuisisi mematikan', perusahaan dominan mengakuisisi pesaing potensial bahkan sebelum mereka muncul (Cunningham, Ederer, & Ma, 2021). Otoritas persaingan nasional dan Uni Eropa sedang dalam proses mengembangkan kriteria untuk menilai M&A tersebut, dan inisiatif ini tidak selalu selaras. Kontroversi serupa muncul sehubungan dengan penerapan dan penegakan aturan untuk memastikan persaingan yang adil mengingat banyaknya perusahaan dominan dalam ekonomi digital

Khususnya, perusahaan platform digital dapat mencapai kekuatan pasar yang luar biasa vis-a-vis pengguna platform. Otoritas persaingan mungkin tidak keberatan dengan kekuatan pasar tersebut ketika keunggulan kompetitif mereka dikembangkan secara organik dan didorong oleh inovasi. Namun, mereka masih memantau platform untuk mencegah praktik dengan efek anti-persaingan. Misalnya, di banyak lokasi, bisnis seperti Uber atau Amazon mungkin memiliki daya tawar monopoli vis-a-vis usaha kecil, pengemudi, atau staf pengiriman. Dengan demikian, pada tahun 2021, pemerintah mengambil beberapa inisiatif untuk mengurangi kekuatan perusahaan untuk membatasi efisiensi pasar tenaga kerja melalui praktik anti-persaingan (Cater, 2021). Sementara itu, otoritas Tiongkok telah mengambil langkah-langkah untuk membatasi kekuatan Alibaba, Tencent, dan perusahaan ekonomi digital lainnya yang mendominasi segmen pasar mereka

Selanjutnya kebijakan hak kekayaan intelektual (HKI) biasanya didefinisikan berdasarkan hukum nasional. Ini berarti bahwa HKI atas suatu merek, gambar, atau lagu dapat dimiliki oleh berbagai entitas di berbagai negara. Akibatnya, perusahaan yang menggunakan suatu merek atau merek dagang secara global mungkin menghadapi masalah di negara tempat orang lain telah mendaftarkan nama, gambar, atau lagu yang sama. Dengan demikian, perusahaan seperti Spotify atau Netflix perlu bernegosiasi dengan pemegang hak di setiap negara untuk memperoleh hak menyiarkan lagu atau film; mereka tidak dapat begitu saja

menawarkan layanan mereka secara internasional berdasarkan aturan dan HKI di negara asal mereka

Platform Digital Bisnis platform bergantung pada jaringan pelengkap. Oleh karena itu, saat berekspansi ke pasar asing, mereka perlu menarik sejumlah besar pengguna dan pelengkap di pasar tuan rumah. Namun, tugas ini menghadapi beberapa tantangan. Pertama, model bisnis baru mereka mungkin tidak langsung dipahami oleh pengguna atau penyedia layanan di pasar tuan rumah, yang mengakibatkan defisit legitimasi kognitif. Mereka juga perlu melibatkan berbagai kelompok pemangku kepentingan dengan nilai atau kepentingan yang berbeda. Dengan demikian, operator platform mungkin mengalami kewajiban sebagai orang asing di luar negeri karena kurangnya pengetahuan tentang pengguna lokal, harus mengatasi jarak budaya dan hambatan komunikasi, atau bahkan menghadapi diskriminasi peraturan di pasar asing. Studi terbaru menunjukkan bahwa efek jaringan dari partisipasi platform bervariasi menurut faktor kelembagaan dan budaya tingkat negara. Selain itu, di lokasi asing yang baru, posisi jaringan platform yang lemah atau pinggiran di negara tuan rumah dapat menyebabkan tanggung jawab pihak luar, yang selanjutnya menghambat akses ke pengguna dan pelengkap lokal

Singkatnya, meskipun digitalisasi memudahkan banyak perusahaan untuk memasuki pasar, eksportir tradisional yang menggunakan saluran daring seperti platform digital sebagai saluran pemasaran internasional alternatif masih menghadapi tantangan signifikan akibat persaingan, perbedaan kelembagaan, dan kurangnya kehadiran fisik. Internasionalisasi yang berhasil (yakni, menguntungkan) dalam banyak kasus mengharuskan pengguna digital untuk memahami perbedaan kelembagaan di pasar luar negeri dan mengembangkan strategi adaptif serta sumber daya nondigital untuk melengkapi strategi digital mereka (Zulvia, 2021)

Kesimpulan

Transformasi digital bisnis memaksa banyak pelaku bisnis untuk bersaing, karena mereka berusaha untuk Ketika karyawan hanya fokus pada manajemen platform, mereka cenderung bekerja lebih Gangguan teknis muncul dari berbagai faktor, termasuk perangkat internet yang rusak seperti ponsel pintar atau komputer. Dampak Transformasi Bisnis Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha Perkembangan teknologi di berbagai sektor industri berdampak besar pada mesin ekonomi suatu negara, yang mengharuskan warganya untuk beradaptasi. Seiring kemajuan teknologi di berbagai aspek kehidupan, termasuk Kesehatan, Pendidikan, dan Ekonomi, pemerintah mengambil langkah-langkah untuk mempersiapkan masyarakat menghadapi perubahan ini. Tantangan yang ditimbulkan oleh transformasi ini cukup besar, mulai dari gaya hidup sehari-hari hingga motif ekonomi (bisnis) Hukum persaingan usaha bagi perusahaan ekonomi digital telah menjadi agenda kebijakan di seluruh dunia Khususnya, perusahaan platform digital dapat mencapai kekuatan pasar yang luar biasa vis-a-vis pengguna platform. Otoritas persaingan mungkin tidak keberatan dengan kekuatan pasar tersebut ketika keunggulan kompetitif mereka dikembangkan secara organik dan didorong oleh inovasi. Namun, mereka masih memantau platform untuk mencegah praktik dengan efek anti-persaingan.

Daftar Pustaka

- Ara Annisa Almi. (2023). Green Banking dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha Bank Digital di Indonesia. *Jurnal Studia Legalia*, 4(01), 1–12. <https://doi.org/10.61084/jsl.v4i01.60>
- Bukit, A. N., Hasanah, U., Na'im, K., & Elyani, E. (2022). Kenaikan Harga Minyak Goreng Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha Dan Ekonomi. *Jurnal Justisia : Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 7(1), 61.

- <https://doi.org/10.22373/justisia.v7i1.13212>
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syah Kuala Law Journal*, 4(1), 21–32. <https://doi.org/10.24815/sklj.v4i1.16228>
- Meyer, K. E., Li, J., Brouthers, K. D., & Jean, R. J. “Bryan.” (2023). International business in the digital age: Global strategies in a world of national institutions. *Journal of International Business Studies*, 54(4), 577–598. <https://doi.org/10.1057/s41267-023-00618-x>
- Prahmana, V. D., & Wiradiputra, D. (2022). Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(3), 9844–9853. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i3.3277>
- Putra, A. S. (2021). Hukum Persaingan 4.0: Issue Bigdata, Artificial Intelligence dan Blockchain dalam Konteks Hukum Persaingan Usaha di Era Industri Ekonomi Digital. *Dharmasiswa: Jurnal Program Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia*, 1(3), 1131–1134.
- Santoso. (2023). Analisis Hukum Kepemilikan Terhadap Big Data dan Essential Facility dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Setyawati, R., & Lolita, L. (2024). Pengawasan Terhadap Pengambilan Aset Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha (Perbandingan Hukum di Indonesia dan Amerika Serikat). *Notaire*, 7(1), 103–126. <https://doi.org/10.20473/ntr.v7i1.54686>
- Soesanti, D., Widiyanti, I. D., & Sari, N. K. (2024). Tantangan KPPU Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic and ...*, 37–52. <https://doi.org/10.19184/jeblr>
- Zulvia. (2021). Persaingan Usaha. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.