

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hukum persaingan usaha (*competition law*) dikenal pula dengan istilah hukum antimonopoli (*antimonopoly law*) dan *antitrust law*.¹ Hukum persaingan usaha secara umum dapat diartikan sebagai hukum yang mengatur segala sesuatu berkaitan dengan persaingan usaha. Persaingan usaha dapat mempengaruhi kebijakan yang berkaitan dengan perdagangan, industri, iklim usaha, kepastian dan kesempatan berusaha, efisiensi, kepentingan umum, serta kesejahteraan umum.² Untuk itu, keberadaan hukum persaingan usaha sangat dibutuhkan dalam mengatur kehidupan bermasyarakat lantaran persaingan usaha merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan roda perekonomian suatu negara.

Pada hakikatnya, keberadaan hukum persaingan usaha mengupayakan secara optimal terciptanya persaingan usaha yang sehat dan efektif pada suatu pasar tertentu. Persaingan usaha yang sehat akan memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha, sebab dapat menimbulkan motivasi untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, inovasi dan kualitas produk yang dihasilkan.

Penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha

¹ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia, dalam Teori dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Ctk ke-1, Edisi Pertama, Prenada Media Group, Jakarta, 2012, hlm. 1-2.

² Andi Fahmi Lubis, et.al., *Hukum Persaingan Usaha Buku Teks*, Edisi Kedua, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta, 2017, e-book, hlm. 24.

Tidak Sehat (Undang-Undang Antimonopoli) telah melalui dinamikanya sejak pertama kali undang-undang ini diberlakukan. Undang-Undang Antimonopoli Indonesia dalam pemberlakuannya memiliki asas yang menyatakan bahwa pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.³

Diberlakukannya Undang-Undang Antimonopoli sebagai salah satu sarana untuk mewujudkan demokrasi di bidang ekonomi diharapkan dapat menjadi sarana pencapaian demokrasi ekonomi yang memberikan peluang yang sama bagi semua pelaku usaha untuk ikut serta dalam proses produksi barang dan jasa dalam suatu iklim usaha yang sehat, kondusif, dan kompetitif sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi pasar yang wajar.⁴ Demikian jelaslah bahwa tujuan yang hendak dicapai oleh Undang-Undang Antimonopoli Indonesia yang tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Antimonopoli adalah guna mewujudkan efisiensi, baik berupa efisiensi ekonomi nasional (*allocative efficiency*) maupun efisiensi kegiatan usaha (*productive efficiency*).⁵

Persaingan dalam dunia usaha bukanlah merupakan suatu hal yang asing, karena sejatinya persaingan bertujuan untuk meningkatkan pelaku usaha dalam melakukan inovasi agar mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

³ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.

⁴ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Ctk. Kedua, Edisi Pertama, Prenada Media Group, Jakarta, 2009, hlm. 12.

⁵ *Ibid.*, hlm. 15.

serta menciptakan kemudahan bagi kehidupan manusia. Keberadaan persaingan menuntut pelaku usaha agar senantiasa beradaptasi supaya dapat mempertahankan pasarnya, sekaligus menghadapi persaingan yang agresif di pasar dunia yang terbuka.⁶ Akibat dari persaingan usaha diantara pelaku usaha dapat menghasilkan usaha unggul dan memiliki posisi kuat yang disebut juga sebagai posisi dominan dalam pasar tertentu.⁷

Posisi dominan atau menjadi lebih unggul di pasar bersangkutan menjadi salah satu tujuan pelaku usaha dan oleh karenanya setiap pelaku usaha berusaha menjadi yang lebih unggul (*market leader*) pada pasar yang bersangkutan.⁸ Penguasaan posisi dominan dalam hukum persaingan usaha sejatinya bukan merupakan tindakan yang dilarang, sepanjang pelaku usaha tersebut dalam mencapai posisi dominannya atau menjadi pelaku usaha yang lebih unggul (*market leader*) pada pasar bersangkutan atas kemampuannya sendiri dengan cara yang *fair* (adil).⁹

Undang-Undang Antimonopoli Indonesia tidak melarang suatu pelaku usaha untuk menjadi perusahaan besar. Apabila pangsa pasar tersebut diperoleh melalui proses persaingan, dimana perusahaan tersebut berhasil melakukan efisiensi, inovasi, dan strategi lain yang bersifat pro-persaingan sehingga

⁶ Siti Anisah, *Memahami Hukum Persaingan Usaha*, Cetakan Pertama, FH UII Press, Yogyakarta, 2022, hlm. 10.

⁷ Rasyiqah Syahmina, "Analisis Terhadap Penanganan Kasus Penyalahgunaan Posisi Dominan Apple di Perancis", *Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2022.

⁸ Abdul Rahman, *Hukum Persaingan Usaha*, Ctk. Pertama, Edisi Kesatu, CV. Budi Utama, Yogyakarta, hlm. 130.

⁹ Amar Ichsan, "Penyalahgunaan Posisi Dominan oleh Market Leader dalam Konteks Hukum Persaingan Usaha (Studi Atas Putusan KPPU Nomor 6/KPPU-L/2004 dan Nomor 14/KPPU-L/2015)", *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021, hlm. 2-3.

menempatkan perusahaan tersebut pada posisi yang lebih unggul dibanding perusahaan lain pada pasar bersangkutan, maka posisi dominan tersebut merupakan insentif dari tindakan-tindakan yang dilakukan. Sebaliknya, penyalahgunaan posisi dominan (*abuse of dominant position*) muncul ketika pelaku usaha memiliki kekuatan secara ekonomi yang memungkinkan ia untuk beroperasi di pasar tanpa terpengaruh oleh persaingan dan melakukan tindakan yang dapat mengurangi persaingan (*lessen competition*).¹⁰

Posisi dominan dalam perspektif ekonomi adalah posisi yang ditempati oleh perusahaan yang memiliki pangsa pasar terbesar. Dengan adanya pangsa pasar yang besar tersebut, perusahaan akan memiliki *market power* yang mengakibatkan suatu perusahaan dapat melakukan tindakan-tindakan atau strategi tanpa dapat dipengaruhi oleh perusahaan pesaingnya.¹¹ Undang-Undang Antimonopoli Indonesia mengartikan posisi dominan sebagai keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar yang bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di pasar yang bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.¹²

¹⁰ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 25 tentang Penyalahgunaan Posisi Dominan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

¹¹ Axeloys Evan Dode, "Pembuktian Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Praktek Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia", *Thesis*, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2013, hlm. 3.

¹² Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Lebih lanjut Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Antimonopoli melarang pelaku usaha menyalahgunakan posisi dominannya dengan mengadakan syarat penghalang dalam pangsa pasar yang bersangkutan. Adanya penguasaan dalam pangsa pasar akan membuka kesempatan bagi pelaku usaha untuk melakukan praktik monopoli, yakni apabila pelaku usaha menggunakan kekuatan pasar dan posisi dominannya untuk melakukan tindakan anti persaingan, yang berarti terdapat penyalahgunaan terhadap posisi dominan yang dimilikinya.¹³ Selanjutnya Pasal 25 ayat (2) Undang-Undang Antimonopoli memberikan batasan-batasan berlakunya penyalahgunaan posisi dominan bagi pelaku usaha.

Persaingan usaha tidak sehat dapat terjadi dalam segala jenis bidang usaha, seperti halnya persaingan usaha yang terjadi dalam industri digital. Sejalan dengan perkembangan industri digital, Indonesia saat ini sedang berada di jalur untuk menjadi salah satu pasar industri digital terbesar di Asia Tenggara. Berdasarkan laporan dari Google dan Temasek dalam *e-economy SEA 2020 report*, nilai ekonomi digital Indonesia diperkirakan mencapai angka USD 44 miliar pada tahun 2020 atau meningkat 11% dibandingkan dengan tahun 2019 dan diprediksi pada tahun 2025 nilai valuasi ekonomi digital Indonesia akan mencapai USD 124 miliar dan menjadi negara dengan valuasi ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara.¹⁴ Perkembangan sektor industri digital dan platform digital lainnya di Indonesia tersebut dibarengi

¹³ L. Budi Kagramanto (2008), dalam Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2013.

¹⁴ Ringkasan Eksekutif, Penelitian Pelaku Usaha dan Struktur Pasar Pada Sektor Ekonomi Digital, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2020.

dengan tantangan berupa munculnya potensi persaingan usaha yang tidak sehat yang mungkin timbul akibat adanya penetrasi pasar yang sangat tinggi.¹⁵

Pada tanggal 15 September 2022 yang lalu, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mulai melakukan penyelidikan atas dugaan pelanggaran Undang-Undang Antimonopoli yang dilakukan oleh PT Google Indonesia dan anak usahanya di Indonesia. Dalam penyelidikan ini, KPPU menduga PT Google Indonesia telah melakukan penyalahgunaan posisi dominan, penjualan bersyarat, dan praktik diskriminasi dalam distribusi aplikasi secara digital di Indonesia.¹⁶

PT Google Indonesia merupakan sebuah perusahaan multinasional (*multinational company*) asal Amerika Serikat yang berkekhurusan pada jasa dan produk internet. Penelitian dugaan pelanggaran Undang-Undang Antimonopoli yang dilakukan oleh KPPU tersebut difokuskan pada kebijakan PT Google Indonesia yang mewajibkan penggunaan Google Pay Billing (GPB) pada platform Google Play Store. Google Pay Billing (GPB) merupakan metode atau pembelian produk dan layanan digital dalam aplikasi (*in-app purchase*) yang didistribusikan di Google Play Store. Atas penggunaan GPB tersebut, Google mengenakan tarif layanan/*fee* kepada aplikasi sebesar 15-30% dari pembelian.¹⁷

Kewajiban ini ditemukan KPPU sangat memberatkan pengembang aplikasi di Indonesia karena pengenaan tarif yang sangat tinggi, yakni 15-30% dari harga konten digital yang dijual. Sebelum adanya kewajiban penggunaan GPB, pengembang atau *developer* aplikasi dapat menggunakan metode pembayaran lain

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Siaran Pers KPPU Nomor 41/KPPU-PR/IX/2022. Diakses melalui <https://kppu.go.id/siaran-pers/>, Selasa 17 Januari 2023 pukul 09.30 WIB.

¹⁷ *Ibid.*

dengan tarif di bawah 5%. Selain mengakibatkan kenaikan biaya produksi dan harga, kewajiban ini juga mengakibatkan terganggunya *user experience* konsumen atau pengguna akhir aplikasi.¹⁸ Selain itu, KPPU juga menduga PT Google Indonesia telah melakukan praktek penjualan bersyarat (*tying*) untuk jasa dalam dua model bisnis berbeda, yaitu mewajibkan pengembang aplikasi untuk membeli secara *bundling*, aplikasi Google Play Store (*Marketplace* aplikasi digital) dan Google Pay Billing (layanan pembayaran).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah sebagaimana diuraikan diatas tentang dugaan praktik pelanggaran Undang-Undang Antimonopoli yang menyebabkan praktik persaingan usaha tidak sehat dan adanya dugaan penyalahgunaan posisi dominan yang dilakukan oleh PT Google Indonesia. Skripsi ini akan melakukan pengkajian terhadap permasalahan tersebut dengan judul “Analisis Dugaan Penyalahgunaan Posisi Dominan oleh PT Google Indonesia sebagai *Market Leader* Aplikasi Digital di Indonesia”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, rumusan masalah penelitian adalah:

1. Bagaimana pemberlakuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap PT Google Indonesia sebagai perusahaan multinasional yang menjalankan usahanya di Indonesia?

¹⁸ *Ibid.*

2. Apakah kebijakan Google Pay Billing (GPB) oleh PT Google Indonesia dapat dikategorikan memenuhi setiap unsur penyalahgunaan posisi dominan dalam Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk menganalisis pemberlakuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap PT Google Indonesia sebagai perusahaan multinasional yang menjalankan usahanya di Indonesia.
2. Untuk menganalisis kebijakan Google Pay Billing (GPB) oleh PT Google Indonesia berdasarkan setiap unsur penyalahgunaan posisi dominan dalam Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

D. Orisinalitas Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, penulis telah melakukan penelusuran kepustakaan melalui berbagai referensi seperti buku, makalah, jurnal, skripsi terdahulu, hingga sumber-sumber dari internet. Penelitian ini merupakan karya orisinal dan bukan merupakan bentuk plagiat dari skripsi atau karya sejenis lainnya,

untuk memberikan penegasan tentang orisinalitas penelitian ini dan untuk menghindari pengulangan atau duplikasi terhadap sebuah tema dengan fokus kajian yang sama, berikut adalah beberapa penelitian yang relevan dengan penulisan penelitian ini yang berhasil dihimpun sebagai perbandingan atas kajian-kajian sebelumnya, sebagai berikut:

1. Tesis yang ditulis oleh Axeloy Evan Dode yang berjudul Pembuktian Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Praktek Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia, Fakultas Hukum Program Pascasarjana, Universitas Indonesia, 2013.
2. Skripsi yang ditulis Allissa Nabila Putri yang berjudul Tinjauan terhadap Penanganan Kasus Penyalahgunaan Posisi Dominan Google Android di Rusia Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, 2017.
3. Skripsi yang ditulis oleh Ammar Ichsan yang berjudul Penyalahgunaan Posisi Dominan oleh *Market Leader* dalam Konteks Hukum Persaingan Usaha (Studi Atas Putusan KPPU Nomor 6/KPPU-L/2004 dan Nomor 14/KPPU-L/2015), Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.

Berdasarkan uraian keaslian penelitian yang telah dipaparkan, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti berbeda dengan peneliti sebelumnya. Akan tetapi, dengan adanya penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki beberapa persamaan fokus dan kajian

memberikan suatu kontribusi tersendiri untuk melengkapi penelitian selanjutnya.

Adapun ketiga kajian sebelumnya dapat dilihat pada tabel berikut.

No.	Penelitian Terdahulu	Unsur Pembeda
1.	Tesis, Axeloys Evan Dode, Pembuktian Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Praktek Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia, Fakultas Hukum Program Pascasarjana, Universitas Indonesia, 2013	Tesis tersebut membahas tentang pembuktian penyalahgunaan posisi dominan yang dilakukan oleh KPPU dalam menyelesaikan kasus-kasus persaingan usaha. Sementara penulis membahas terkait penerapan Undang-Undang Antimonopoli Indonesia terhadap dugaan penyalahgunaan posisi dominan yang dilakukan oleh Google dan anak usahanya di Indonesia.
2.	Skripsi, Allissa Nabila Putri, Tinjauan terhadap Penanganan Kasus Penyalahgunaan Posisi Dominan Google Android di Rusia Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, 2017.	Skripsi tersebut membahas mengenai penerapan hukum persaingan usaha di Indonesia terhadap kasus penyalahgunaan posisi dominan Google Android di Rusia dengan menekankan kepada dua hal yaitu penerapan hukum di Indonesia terhadap kasus di Rusia serta tindakan KPPU dalam menangani kasus serupa Sementara penulis membahas terkait penerapan Undang-Undang Antimonopoli Indonesia terhadap dugaan penyalahgunaan posisi dominan yang dilakukan oleh Google dan anak usahanya di Indonesia.
3.	Skripsi, Ammar Ichsan, Penyalahgunaan Posisi Dominan oleh <i>Market Leader</i> dalam Konteks Hukum Persaingan Usaha (Studi Atas Putusan KPPU Nomor 6/KPPU-L/2004 dan Nomor 14/KPPU-L/2015), Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.	Skripsi tersebut membahas mengenai perbedaan penafsiran hukum yang terdapat dalam Putusan KPPU Nomor 06/KPPU-L/2004 dengan Putusan KPPU Nomor 14/KPPU-L/2015 terkait penyalahgunaan posisi dominan. Sementara penulis membahas terkait penerapan Undang-Undang Antimonopoli Indonesia terhadap

		dugaan penyalahgunaan posisi dominan yang dilakukan oleh Google dan anak usahanya di Indonesia.
--	--	---

Berdasarkan uraian keaslian penelitian yang telah dipaparkan, fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti berbeda dengan peneliti sebelumnya, karena fokus penelitian peneliti ialah untuk mengetahui penerapan Undang-Undang Antimonopoli Indonesia terhadap dugaan penyalahgunaan posisi dominan yang dilakukan oleh PT Google Indonesia.

E. Tinjauan Pustaka

Undang-Undang Antimonopoli lahir sebagai instrumen pendukung terwujudnya struktur ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945. Pasal 33 ayat (1) UUD 1945 menyatakan bahwa “ekonomi diatur dengan kerja sama berdasarkan prinsip gotong royong”. Prinsip ini kemudian menjadi prinsip demokrasi ekonomi sebagaimana tertuang dalam bunyi Pasal 2 Undang-Undang Antimonopoli. Ciri khas demokrasi ekonomi adalah diwujudkan oleh semua anggota masyarakat, dan harus mengabdikan kepada kesejahteraan seluruh rakyat.¹⁹

Undang-Undang Antimonopoli Indonesia semata-mata tidak hanya bertujuan untuk melindungi persaingan usaha demi kepentingan persaingan itu sendiri. Seperti diketahui adanya peraturan mengenai persaingan usaha, selain

¹⁹ Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, Edisi I, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 26.

bertujuan untuk melindungi kepentingan pelaku usaha dari penguasaan pasar dan perilaku pebisnis yang anti persaingan, juga bertujuan untuk melindungi kepentingan umum (*public interest*).²⁰ Kedua tujuan utama pengaturan hukum persaingan usaha ini harus terefleksikan dalam penegakan hukum persaingan usaha.

Hukum Persaingan Usaha Indonesia memberikan definisi pelaku usaha sebagai setiap orang atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.²¹

Pengertian pelaku usaha tersebut memuat jangkauan penerapan wilayah berlakunya Undang-Undang Antimonopoli, dimana undang-undang ini hanya berlaku untuk pelaku usaha yang berkedudukan atau melakukan kegiatan usahanya di wilayah Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Antimonopoli membedakan dua kategori prinsip wilayah, yakni prinsip wilayah subjektif, yang tercermin dari frasa "...yang didirikan dan berkedudukan di Indonesia", serta prinsip wilayah objektif yang secara alternatif undang-undang tersebut diterapkan juga bagi kegiatan usaha yang dilakukan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia.²²

²⁰ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2013, hlm. 95.

²¹ Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

²² Ahmad Alfa Oktaviano, "Dampak Prinsip Ekstrateritorial terhadap Regulasi Merger, Konsolidasi dan Akuisisi dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia", *Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2014.

Doktrin entitas ekonomi tunggal (*single economic entity doctrine*) dapat digunakan dalam menentukan wilayah berlakunya Undang-Undang Antimonopoli. *Single economic entity doctrine* merupakan suatu gagasan yang memandang bahwa hubungan antara perusahaan induk dengan anak perusahaan yang dikendalikan dianggap sebagai satu kesatuan ekonomi. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan yang berada di dalam sebuah entitas ekonomi tunggal dapat dimintakan pertanggungjawaban ketika terjadi pelanggaran hukum persaingan usaha, meskipun pelaku usaha induk beroperasi di luar yurisdiksi hukum persaingan usaha suatu negara.²³

Posisi dominan dalam Undang-Undang Antimonopoli diartikan sebagai suatu keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti atau suatu pelaku usaha mempunyai posisi lebih tinggi daripada pesaingnya pada pasar yang bersangkutan dalam kaitan pangsa pasarnya, kemampuan keuangan, akses pada pasokan atau penjualan serta kemampuan menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.²⁴

Berpedoman pada Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Antimonopoli bahwa pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk beberapa hal, seperti menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan mencegah dan/atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan/atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas; membatasi pasar

²³ Valencia, "Tinjauan Yuridis Penerapan Doktrin Efek dalam Peraturan Perundang-Undangan di Bidang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Republik Indonesia", *Tesis*, Program Studi Magister Ilmu Hukum, Universitas Indonesia, 2016.

²⁴ Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

dan perkembangan teknologi; atau menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar bersangkutan.

Pelaku usaha yang memiliki posisi dominan adalah pelaku usaha yang mempunyai kendali atas pasar bersangkutan dan tidak mempunyai pesaing yang signifikan. Dengan posisi dominan tersebut, pelaku usaha dapat melakukan strategi yang bersifat independen terhadap perilaku pelaku usaha pesaingnya. Perilaku independen pelaku usaha dominan untuk menentukan strategi pemasaran, penetapan syarat-syarat perdagangan tertentu dan penetapan harga, dapat dilakukan karena pelaku usaha dominan memiliki *market power* yang menggambarkan posisi dominan pelaku usaha pada pasar yang bersangkutan.²⁵

Undang-Undang Antimonopoli memberikan kewenangan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai lembaga yang berwenang untuk menetapkan posisi dominan serta tindakan penyalahgunaannya terhadap suatu pelaku usaha pada pasar yang bersangkutan. Sebelum suatu pelaku usaha ditetapkan mempunyai posisi dominan dan melakukan tindakan penyalahgunaan posisi dominan, KPPU terlebih dahulu harus melakukan investigasi terhadap pasar yang bersangkutan.²⁶

F. Definisi Operasional

Judul penulisan skripsi ini adalah **Analisis Dugaan Penyalahgunaan Posisi Dominan oleh PT Google Indonesia sebagai *Market Leader* Aplikasi Digital di**

²⁵ Andi Fahmi Lubis, et.al, *Op. Cit.*, hlm, 234.

²⁶ *Ibid.*, hlm, 240.

Indonesia, terdapat beberapa penjelasan untuk memberikan pembatasan terhadap topik yang akan diteliti dalam penelitian ini, antara lain:

1. Posisi Dominan dan penyalahgunaannya

Posisi Dominan merupakan keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing berarti di pasar yang bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara para pesaingnya di pasar yang bersangkutan dalam kaitannya dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan penjualan serta kemampuan akses pada pasokan atau penjualan serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.²⁷ Penyalahgunaan posisi dominan merupakan tindakan menerapkan persyaratan tertentu atau syarat penghalang sebagai salah satu bentuk persaingan tidak sehat dikarenakan terdapat syarat bisnis yang menjadi halangan bagi pelaku usaha lainnya.²⁸ Penyalahgunaan posisi dominan diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28 Undang-Undang Antimonopoli.

2. Pelaku Usaha

Pelaku Usaha adalah setiap orang atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik

²⁷ Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

²⁸ Suyud Margono, *Op. Cit.*, hlm. 124.

sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.²⁹

3. *Market Leader*

Market leader adalah kondisi suatu pelaku usaha dengan menjadi yang paling unggul diantara pesaingnya pada suatu pasar bersangkutan. Dalam setiap aktivitas usaha yang dilakukan, pelaku usaha selalu berusaha menjadi yang lebih unggul (*market leader*) pada pasar yang bersangkutan.³⁰

4. Pasar Bersangkutan

Pasar Bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang atau jasa tersebut.³¹

5. Aplikasi Digital

Aplikasi adalah *software* yang dibuat oleh suatu perusahaan komputer untuk mengerjakan tugas-tugas tertentu.³² Aplikasi Digital merupakan sebuah piranti lunak atau *software* yang diciptakan untuk perangkat portabel *smartphone* yang mewajibkan penggunaanya untuk mengunduh piranti lunak atau *software* aplikasi di suatu media yang disediakan agar aplikasi dapat digunakan.³³

²⁹ Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

³⁰ Zulvia Makka, "Bentuk Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Pesaing terhadap Posisi Dominan dalam Penerapan *Rule of Reason*", *Jurnal Persaingan Usaha*, Edisi Vol. 02, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2021, hlm. 6.

³¹ Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

³² E. Maiyana, "Pemanfaatan Android dalam Perancangan Aplikasi Kumpulan Doa", *Jurnal Sains dan Informatika*, Edisi No. 1, Vol. 4, 2018, hlm. 57.

³³ Dandi Saputra dan Rafiati Kania, "Implementasi Design Thinking untuk User Experience pada Penggunaan Aplikasi Digital", Makalah Disampaikan dalam Seminar *Prosiding The 13th*

G. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam menyusun skripsi ini, diuraikan lebih rinci sebagai berikut:

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian normatif yang dilakukan dengan meneliti bahan kepustakaan atau data sekunder yang menggunakan objek kajian penulisan berupa pustaka-pustaka yang ada.³⁴

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian dilakukan dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) yang dilakukan untuk menelaah peraturan perundang-undangan dan regulasi yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan diteliti, pendekatan perundang-undangan ini akan membuka kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari adanya kesesuaian dalam penerapan peraturan perundang-undangan.³⁵ Selain itu penelitian ini juga menggunakan pendekatan konsep (*conceptual approach*), yaitu menelusuri, mengkaji serta menggunakan konsep hukum yang berkaitan dengan objek penelitian.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah tindakan PT Google Indonesia dalam menetapkan kebijakan penggunaan *Google Pay Billing* (GPB) di

Industrial Research Workshop and National Seminar, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 13-14 Juli 2022, hlm. 1174.

³⁴ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo, Jakarta, 1995, hlm. 15.

³⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, Ctk. Keenam, Jakarta, 2010, hlm. 93.

berbagai aplikasi tertentu yang diduga merupakan suatu tindakan pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 berupa penyalahgunaan posisi dominan, penjualan bersyarat, dan praktik diskriminasi dalam distribusi aplikasi secara digital di Indonesia.

4. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dengan bahan-bahan hukum sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang terdiri dari:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- 2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
- 3) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas;
- 4) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal;
- 5) Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 25 tentang Penyalahgunaan Posisi Dominan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder memiliki fungsi membahas atau menjelaskan lebih lanjut terhadap bahan hukum primer, seperti buku-buku literatur, jurnal, laporan hasil penelitian, internet, dokumen-dokumen, infografis, dan karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang berfungsi untuk memberi penjelasan dari bahan hukum primer atau sekunder yang terdiri dari Kamus Hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia, dan lain sebagainya.

5. Analisis Data

Penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan data yang kemudian diolah dan dianalisis dengan topik permasalahan yang ada. Hasil analisis tersebut kemudian disajikan ke dalam bentuk narasi yang jelas, teratur, logis, dan efektif sehingga diperoleh kesimpulan serta saran yang tepat.

H. Kerangka Skripsi

Untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan, penelitian ini disusun menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, merupakan bab yang memuat pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, orisinalitas penelitian, tinjauan pustaka, definisi operasional, dan metode penelitian.

BAB II Tinjauan Umum, merupakan bab yang menyajikan penjelasan atas tinjauan umum aplikasi digital, tinjauan umum tentang perusahaan multinasional,

konsep dasar posisi dominan dan penyalahgunaannya dalam hukum persaingan usaha, serta penjelasan umum mengenai hukum persaingan usaha dalam islam.

BAB III Analisa dan Pembahasan, merupakan bab yang berisi hasil penelitian mengenai Analisis Dugaan Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh PT Google Indonesia sebagai *Market Leader* Aplikasi Digital di Indonesia.

BAB IV Penutup, merupakan bab yang memuat kesimpulan dari pembahasan sebelumnya dan berisi saran sebagai masukan maupun sarana mengembangkan penelitian selanjutnya agar lebih baik dan sempurna.

