

**PENGATURAN PEMANFAATAN ALGORITMA PADA PERDAGANGAN
MELALUI SISTEM ELEKTRONIK DALAM PERSPEKTIF HUKUM
PERSAINGAN USAHA**

TESIS

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Derajat Gelar S-2
Program Studi Magister Hukum**



Disusun oleh:

AKHMAD IQBAL KHAFID ZAKARIYA

NIM: 202210380211004

**DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

Juli 2024

**PENGATURAN PEMANFAATAN ALGORITMA PADA
PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK DALAM
PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA**

Diajukan oleh:

**AKHMAD IQBAL KHAFID ZAKARIYA
202210380211004**

Telah disetujui

Pada hari/tanggal, **Senin/ 15 Juli 2024**

Pembimbing Utama



Dr. Herwastoeti

Direktur
Program Pascasarjana



Prof. Latipun, Ph.D

Pembimbing Pendamping



Prof. Dr. Tongat

Ketua Program Studi
Magister Hukum



Dr. Herwastoeti

TESIS

Dipersiapkan dan disusun oleh:

AKHMAD IQBAL KHAFID ZAKARIYA
202210380211004

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari/tanggal, Senin/15 Juli 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Magister/Profesi di Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Malang

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Herwastoeti
Sekretaris	: Prof. Dr. Tongat
Penguji I	: Dr. Catur Wido Haruni
Penguji II	: Dr. Surya Anoraga

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **AKHMAD IQBAL KHAFID ZAKARIYA**

NIM : **202210380211004**

Program Studi : **Magister Hukum**

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. TESIS dengan judul: **PENGATURAN PEMANFAATAN ALGOIRITMA PADA PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA** adalah karya saya dan dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.
2. Apabila ternyata dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia Tesis ini **DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tesis ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 24 Juli 2024

Yang menyatakan,



AKHMAD IQBAL KHAFID ZAKARIYA

KATA PENGANTAR

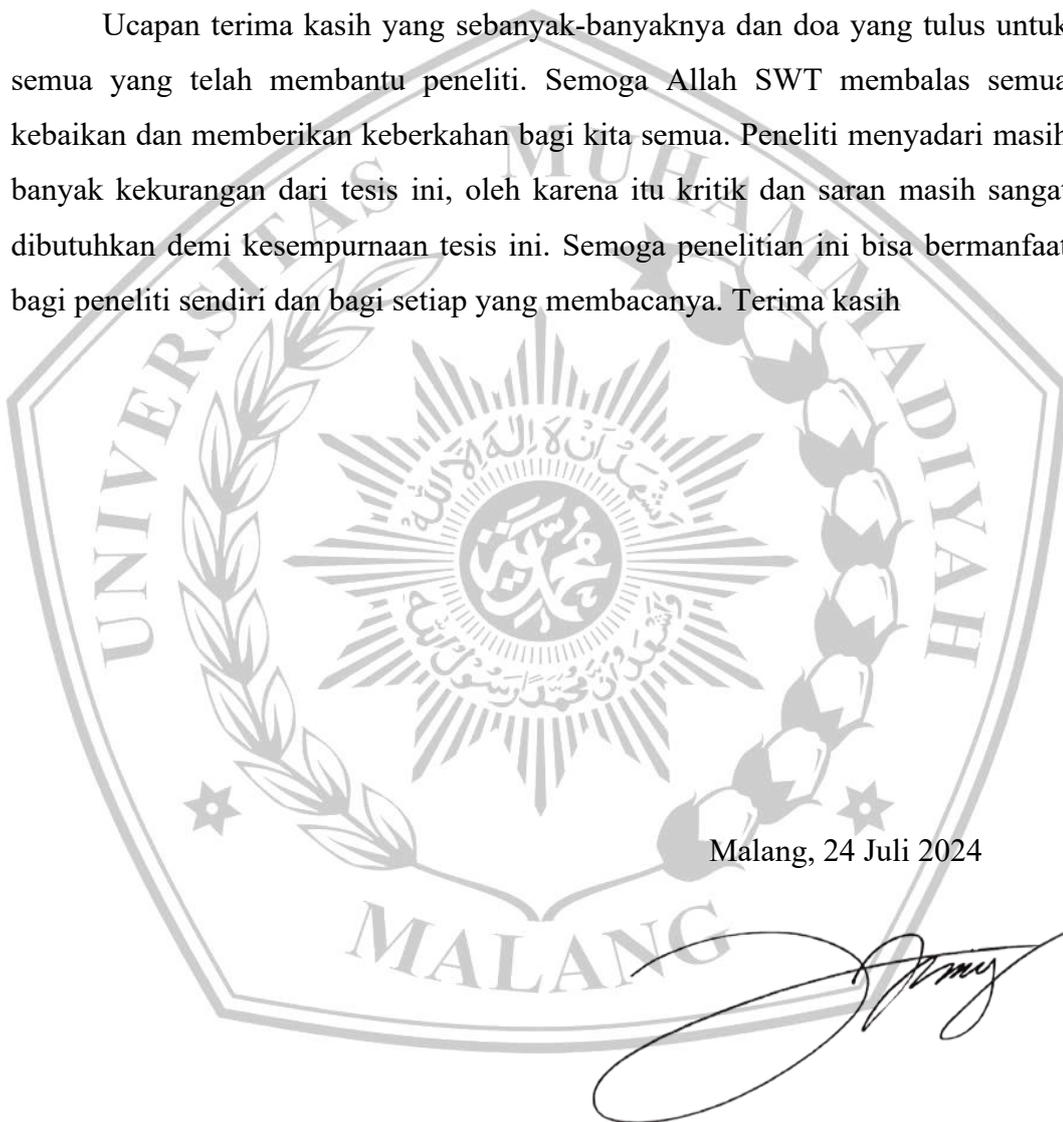
Segala puji bagi Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada suri teladan terbaik kita Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* yang telah membawa peradaban dunia dari zaman kegelapan menuju zaman kebenaran yang terang dengan menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman

Penulisan tesis ini yang berjudul **“PENGATURAN PEMANFAATAN ALGORITMA PADA PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA”** ditujukan untuk memenuhi tugas akhir akademik dan untuk memperoleh gelar magister pada Program Studi Magister Hukum pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang. Peneliti menyadari terselesaikannya tesis ini tidak terlepas dari doa, bantuan dan koreksi dari berbagai pihak, maka sudah selayaknya sebagai manusia untuk bersyukur kepada Allah SWT. Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Prof. Latipun Ph.D selaku Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Ibu Assc. Prof. Dr. Herwastoeti S.H., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Hukum sekaligus pembimbing I saya yang selalu memotivasi, memberikan arahan dan membimbing dalam penyusunan tesis.
4. Bapak Prof. Tongat S.H., M.Hum. selaku pembimbing II saya yang selalu memotivasi, memberikan arahan dan membimbing dalam penyusunan tesis.
5. Terlebih khusus kedua orang tua saya tercinta, Bapak Samsul Harun dan Ibu Siti Kholifah yang selalu menyayangi, mendidik, memotivasi serta mendoakan yang terbaik.

6. Kakak saya, Fahrunnisa Fahma Zakiyah dan Aldi Susanto Kuswidianzah yang selalu memberikan doa dan dukungan.
7. Seluruh saudara, sahabat seperjuangan, dan rekan-rekan Magister Hukum angkatan 2022
8. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan tesis ini, yang tidak bisa peneliti sebutkan namanya satu per satu.

Ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya dan doa yang tulus untuk semua yang telah membantu peneliti. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan memberikan keberkahan bagi kita semua. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dari tesis ini, oleh karena itu kritik dan saran masih sangat dibutuhkan demi kesempurnaan tesis ini. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi setiap yang membacanya. Terima kasih



Malang, 24 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Akhmad Iqbal Khafid Zakariya', is written over the bottom right portion of the watermark logo.

Akhmad Iqbal Khafid Zakariya

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
LATAR BELAKANG	1
RUMUSAN MASALAH.....	9
METODE PENELITIAN.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	10
Hukum Persaingan Usaha	10
Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).....	15
Penggunaan Algoritma dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)	19
PEMBAHASAN	31
Analisis Hukum Positif Indonesia terhadap Pemanfaatan Algoritma dalam Konteks Persaingan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) ..	31
Pengaturan Pemanfaatan Teknologi Algoritma yang Ideal pada Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha	39
PENUTUP.....	48
Kesimpulan.....	48
Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kelemahan Hukum Positif Indonesia terkait Penggunaan Algoritma dalam Persaingan Usaha PMSE.....	38
Tabel 2. Pengaturan Pemanfaatan Algoritma pada PMSE yang Ideal.....	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skema Perjanjian Penetapan Harga oleh Algoritma 32



PENGATURAN PEMANFAATAN ALGORITMA PADA PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA

Peneliti:

AKHMAD IQBAL KHAFID ZAKARIYA

(NIM 202210380211004)

Pembimbing:

Assc. Prof. Dr. Herwastoeti, S.H., M.Si. (NIDN 0705096001)

Prof. Dr. Tongat, SH., M. Hum. (NIDN 0013016701)

Magister Hukum

Direktorat Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang

ABSTRAK

Potensi dampak positif penggunaan algoritma dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) juga disertai dengan potensi dampak negatif, seperti persaingan usaha tidak sehat. Hal ini diperparah dengan belum adanya regulasi di Indonesia yang secara langsung dan tegas mengatur terkait penggunaan data oleh algoritma dalam konteks persaingan usaha PMSE. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelemahan hukum positif Indonesia saat ini dalam mencegah persaingan usaha tidak sehat akibat pemanfaatan algoritma PMSE serta untuk menganalisis pengaturan yang ideal terhadap pemanfaatan algoritma PMSE dalam perspektif hukum persaingan usaha. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif dengan pendekatan *statute approach* dan *conceptual approach*. Bahan hukum yang digunakan berupa bahan hukum primer dan sekunder. Pengumpulan bahan hukum tersebut menggunakan teknik studi kepustakaan dan akses internet yang kemudian dianalisa secara kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah hukum positif di Indonesia saat ini masih memiliki kelemahan dalam mengatur pemanfaatan algoritma pada PMSE, terutama dalam aspek persaingan usaha. Kelemahan tersebut meliputi pengaturan perjanjian penetapan harga, diskriminasi pelaku usaha tertentu, dan diskriminasi harga serta transparansi penggunaan algoritma PMSE. Regulasi yang ideal dalam mengatur algoritma PMSE dalam perspektif persaingan usaha yaitu: mengatur transparansi dalam penggunaan algoritma melalui mekanisme pelaporan, audit mandiri, dan pengawasan ketat. Kedua, algoritma harga harus diatur untuk menghindari referensi langsung pada harga pesaing dan instruksi dari pihak ketiga yang mempengaruhi harga. Ketiga, praktik diskriminasi oleh algoritma harus dicegah, termasuk rekomendasi manipulatif dan perlakuan tidak adil terhadap pedagang. Terakhir, regulasi perlindungan data pribadi harus memastikan opsi bagi konsumen terkait pengumpulan data.

Kata Kunci: Algoritma, Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Hukum Persaingan Usaha

LATAR BELAKANG

Pada era perekonomian *digital*, terjadi kemajuan besar dalam penggunaan media internet. Saat ini internet tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi atau mendapatkan informasi saja, melainkan juga sebagai sarana Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).¹ Menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Permendag No. 31 Tahun 2023), “Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik”.² Transaksi melalui PMSE dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan biaya yang murah. Penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka secara langsung, sehingga tidak ada lagi hambatan jarak maupun waktu untuk melakukan transaksi jual beli.³

Berdasarkan Statista *Market Insights*, jumlah pengguna PMSE di Indonesia mencapai 196,47 juta orang pada tahun 2023. Angka tersebut meningkat 9,79% dibandingkan tahun sebelumnya yang berjumlah 178,95 juta pengguna.⁴ Bahkan, tren peningkatan pengguna PMSE diperkirakan akan terus berlanjut hingga beberapa tahun ke depan. Statista juga memperkirakan jumlah pengguna PMSE dalam negeri akan mencapai 244,67 juta pada tahun 2027.⁵ Adapun pada tahun 2023 Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi PMSE di Indonesia mencapai Rp 453,75 triliun. Sementara secara volume, transaksi PMSE pada tahun 2023

¹ Riyadus Solikhin, “Perkembangan Dan Urgensi Penerapan Online Dispute Resolution (ODR) Dalam Penyelesaian Sengketa Perdagangan Elektronik Di Indonesia,” *Padjadjaran Law Review* 11, no. 1 (2023): 66–80, <https://doi.org/10.56895/plr.v11i1.1235>.

² Pasal 1 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

³ Ayuni Nilam Cahya, Amoury Adi Sudiro, dan Fakultas Hukum Universitas Al-azhar, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen (Studi Informasi Flash Sale Menyebabkan Bagi Konsumen) Kasus” 6, no. 3 (2024): 7839–7849.

⁴ Agnes Yonatan, “10 Produk Dengan Total Belanja Terbesar Di E-Commerce Indonesia,” GoodStats, 2024, <https://data.goodstats.id/statistic/agneszefanyayonatan/10-produk-dengan-total-belanja-terbesar-di-e-commerce-indonesia-sZ7mY>.

⁵ Septian Deny, “Masih Digandrungi, Pengguna E-Commerce Indonesia Capai 196 Juta Di 2023,” *Liputan 6*, 2023, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5447108/masih-digandrungi-pengguna-e-commerce-indonesia-capai-196-juta-di-2023?page=3>.

mencapai 3,71 miliar. Volume transaksi tersebut meningkat 6,3% dibandingkan pada tahun 2022 yang tercatat mencapai 3,49 miliar.⁶ Meningkatnya penggunaan *platform* PMSE merupakan tren positif bagi pertumbuhan ekonomi *digital* Indonesia karena menurut laporan *e-Conomy SEA 2023*, PMSE di Indonesia diperkirakan akan menyumbang *Gross Merchandise Value* (GMV) sebesar US\$ 82 miliar pada tahun 2025.⁷

Selain memberikan dampak positif berupa surplus ekonomi yang tinggi dan percepatan transformasi ekonomi *digital*, PMSE Indonesia yang memiliki nilai transaksi tinggi juga berpotensi menghadapi beberapa permasalahan yang harus diatasi dengan baik. Sistem PMSE yang melibatkan banyak pelaku usaha menimbulkan persaingan usaha yang ketat dan kompetitif. Persaingan yang sehat berdampak positif karena mengharuskan pelaku usaha untuk berinovasi, memperbaiki kualitas produk, layanan, promosi, dan metode pemasaran yang menarik konsumen.⁸ Tetapi, persaingan usaha dalam PMSE yang bebas dan sulit dikontrol juga menyebabkan beberapa kondisi persaingan tidak sehat (*unfair competition*) dan justru akan menghambat perkonomian negara. Pasal 6f Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mendefinisikan, “Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha”.⁹

Kompleksitas persaingan usaha PMSE meningkat seiring dengan munculnya teknologi algoritma. Para pelaku usaha PMSE saat ini sudah semakin

⁶ Maria Elena, “Top! Transaksi E-Commerce Capai Rp453,75 Triliun Sepanjang 2023,” *Bisnis.com*, accessed March 17, 2024, <https://finansial.bisnis.com/read/20240118/90/1733241/top-transaksi-e-commerce-capai-rp45375-triliun-sepanjang-2023>.

⁷ Livia Kristianti, “Ekonomi Digital Indonesia Siap Capai GMV Rp1,7 Kuadriliun Di 2025,” *Antara*, 2023, <https://www.antaranews.com/berita/3812142/ekonomi-digital-indonesia-siap-capai-gmv-rp17-kuadriliun-di-2025>.

⁸ Muhammad Rizqy Fadillah, “Urgensi Perlindungan Hukum Perdagangan Elektronik Dalam Perspektif Persaingan Usaha Di Indonesia,” *TIN: TERAPAN INFORMATIKA NUSANTARA* 4, no. 6 (2023): 389–94, <https://doi.org/10.47065/tin.v4i6.4591>.

⁹ Pasal 6f Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

familiar dengan penggunaan algoritma untuk mengoptimalkan hasil penjualannya. Algoritma adalah sebuah instrumen untuk mengumpulkan data yang kemudian digunakan untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁰ Secara umum, algoritma dirancang untuk menyelesaikan berbagai tugas praktis, mulai dari tugas sederhana seperti mengurutkan nomor-nomor acak hingga yang lebih kompleks seperti mengelola komunikasi internet, enkripsi digital dan sumber daya. Dalam konteks PMSE, pelaku usaha bisa memanfaatkan algoritma untuk menentukan harga produk dan/atau jasa serta memberikan rekomendasi produk dan/atau jasa sesuai kebutuhan konsumen. Dengan begitu, algoritma dapat membantu pelaku usaha untuk merespon kondisi pasar dengan sangat cepat dan efisien.¹¹

Potensi dampak positif penggunaan algoritma bagi pelaku usaha juga lahir bersamaan dengan potensi dampak negatifnya. Salah satu potensi negatifnya adalah algoritma dapat digunakan untuk menyesuaikan harga dengan harga pesaing di satu pasar bersangkutan. Pada era PMSE saat ini, informasi mengenai kondisi pasar menjadi lebih transparan dan mudah diakses, termasuk harga pesaing. Pelaku usaha dapat memanfaatkan algoritma untuk melihat harga pesaing di pasar yang kemudian menjadikannya faktor dalam menetapkan harga produk. Dari sinilah muncul potensi adanya penyalahgunaan algoritma dalam penetapan harga produk yang dapat mengakibatkan tidak adanya persaingan harga dalam satu pasar bersangkutan yang sama.¹²

Persaingan usaha tidak sehat lainnya juga bisa terjadi ketika algoritma disalahgunakan untuk mengarahkan konsumen kepada pelaku usaha tertentu secara manipulatif.¹³ Penggunaan algoritma dalam suatu *platform* PMSE seharusnya dapat membantu konsumen untuk menemukan produk dan/atau jasa yang sesuai dengan

¹⁰ Ria Setyawati and Rayhan Adhi Pradana, "Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Pelaku Usaha Dominan Melalui Penggunaan Algoritma Harga," *UIR Law Review* 6, no. 2 (2023): 103–20, [https://doi.org/10.25299/uirlrev.2022.vol6\(2\).11750](https://doi.org/10.25299/uirlrev.2022.vol6(2).11750).

¹¹ OECD, "Algorithms and Collusion," *OECD (2017), Algorithms and Collusion: Competition Policy in the Digital Age*, 2017, 1–66, www.oecd.org/competition/algorithms-collusion-competition-policy-in-the-digital-age.htm.

¹² "Algoritma vs Persaingan Usaha," Komisi Persaingan Usaha, 2021, <https://kppu.go.id/blog/2021/03/algoritma-vs-persaingan-usaha/>.

¹³ Sih Yuliana Wahyuningtyas, "Dampak Persaingan Bisnis Platform Dengan Menggunakan Privacy Policy Tying," *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan* 14, no. 1 (2023): 85–104, <https://doi.org/10.1257/jep.14.1.43.2>.

kebutuhannya. Namun, seringkali algoritma tersebut tidak memberikan rekomendasi secara objektif produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Konsumen dapat diarahkan pada produk atau pedagang tertentu yang mungkin telah terafiliasi atau bekerja sama dengan *platform* tersebut. Sehingga secara tidak langsung sistem algoritma tersebut telah mendiskriminasi pedagang lain.

Penyalahgunaan algoritma juga bisa berdampak negatif secara langsung bagi konsumen, misalnya praktik harga yang dipersonalisasi (*personalized pricing*). Algoritma pada *platform* yang melakukan praktik tersebut akan menetapkan harga produk dan/atau jasa kepada setiap konsumennya berdasarkan pemfilan (*profiling*) yang telah dibuat, dengan tujuan untuk mengenakan harga maksimum yang berkenan atau mampu dibayar oleh konsumen tersebut. Hal ini memungkinkan adanya perbedaan harga yang ditetapkan kepada konsumen satu dengan yang lain, sehingga berpotensi mengakibatkan diskriminasi harga terhadap konsumen tertentu.¹⁴

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 sebagai dasar hukum persaingan usaha di Indonesia telah mengatur mengenai larangan perjanjian penetapan harga dan praktik diskriminasi. Larangan perjanjian penetapan harga terdapat dalam Pasal 5 ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999, bahwa “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.”¹⁵ Sedangkan, larangan diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu diatur dalam Pasal 19d Undang-undang No. 5 Tahun 1999, bahwa “Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa: d. melakukan praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.”¹⁶ Begitu juga larangan diskriminasi harga yang diatur dalam Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 yang berbunyi:

¹⁴ Althea Serafim Kriswandaru, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2024), <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/480>.

¹⁵ Pasal 5 ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

¹⁶ Pasal 19d Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama.”¹⁷

Meskipun Undang-undang No. 5 Tahun 1999 telah mengatur mengenai praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, namun Undang-undang tersebut tidak secara spesifik dibuat untuk mengatur persaingan usaha dalam PMSE, termasuk dalam penggunaan algoritma. Hal tersebut menimbulkan permasalahan dalam penegakan hukum karena PMSE memiliki karakteristik pasar yang berbeda dengan pasar konvensional. Selain itu, akan sulit bagi Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) dalam melakukan pengawasan terhadap penggunaan sistem algoritma yang bersifat kompleks, berpotensi bias, dan tidak transparan.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, pemanfaatan algoritma tak lepas dari pengumpulan dan pemrosesan suatu data. Data bisa diibaratkan sebagai ”bahan bakar” algoritma dalam mengerjakan tugas tertentu. Adapun beberapa aturan terkait pengumpulan dan pemrosesan data antara lain yakni: Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, dan Undang-undang No 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Namun, peraturan-peraturan tersebut belum secara langsung dan tegas mengatur terkait pemrosesan data oleh algoritma dalam konteks persaingan usaha PMSE. Oleh karena itu, diperlukan kerangka hukum yang secara komprehensif dapat menekan praktik-praktik persaingan usaha tidak sehat akibat penyalahgunaan algoritma, guna melindungi konsumen dan pelaku usaha pesaing dari kerugian. Upaya ini sejalan dengan asas persaingan usaha yang tercantum dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang menegaskan bahwa “Pelaku usaha di Indonesia harus menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi,

¹⁷ Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.”

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya yakni: Pertama, artikel jurnal yang ditulis oleh Dararida Fandra Mahira, Emilda Yofita, dan Lisa Nur Azizah dari Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya dengan judul “*Consumer Protection System (CPS): Sistem Perlindungan Data Pribadi Konsumen Melalui Collaboration Concept*”.¹⁸ Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan data pribadi yang tidak sesuai dengan peruntukan dan kesepakatan, dapat menyebabkan pelanggaran privasi maupun pelanggaran ketentuan yang mengatur batasan persaingan usaha. Kondisi tersebut terjadi karena regulasi mengenai perlindungan data pribadi konsumen yang sudah ada masih dirasa belum mampu mengatasi permasalahan yang ada.

Kedua, artikel jurnal yang ditulis oleh Sih Yuliana Wahyuningtyas dari Fakultas Hukum Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya dengan judul “*Dampak Persaingan Bisnis Platform dengan Menggunakan Sarana Privacy Policy Tying*”.¹⁹ Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa dengan meningkatnya kepentingan data pribadi pada ekonomi digital, menjadi sangat penting untuk memahami peran data pribadi dalam analisis hukum persaingan, sehingga mendapatkan pemahaman pula bagaimana ini bisa menjadi motif yang melatarbelakangi tindakan anti persaingan usaha.

Ketiga, artikel jurnal yang ditulis oleh Muhammad Rizqy Fadillah dari Fakultas Hukum, Universitas Bangka Belitung dengan judul “*Urgensi Perlindungan Hukum Perdagangan Elektronik Dalam Perspektif Persaingan Usaha di Indonesia*”.²⁰ Adapun hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa belum diaturnya secara spesifik terkait regulasi *e-commerce* dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 menimbulkan masalah serius, mengingat undang-undang ini

¹⁸ Dararida Fandra Mahira, Emilda Yofita, and Lisa Nur Azizah, “Consumer Protection System(CPS): Sistem Perlindungan Data Pribadi Konsumen Melalui Collaboration Concept,” *Jurnal Legislatif* 10, no. 1 (2022): 1–52, <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>.

¹⁹ Sih Yuliana Wahyuningtyas, “Dampak Persaingan Bisnis Platform Dengan Menggunakan Privacy Policy Tying.”

²⁰ Fadillah, “Urgensi Perlindungan Hukum Perdagangan Elektronik Dalam Perspektif Persaingan Usaha Di Indonesia.”

merupakan fondasi hukum persaingan usaha di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah perlu untuk meninjau ulang dan memodernisasi substansi undang-undang tersebut mengingat pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia yang pesat. Selain itu, harus ada langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha.

Keempat, artikel jurnal yang ditulis oleh Widadatul Ulya dari Universitas Perwira Purbalingga Indonesia dengan judul “Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha dalam Pemanfaatan Big Data *Marketplace* di Indonesia”,²¹ Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa upaya preventif dalam mengatasi dampak negatif pemanfaatan big data pada *marketplace* belum efektif melindungi hak-hak konsumen. Oleh karena itu, diperlukan peran Lembaga Bantuan Hukum dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen untuk mendukung perlindungan konsumen. Selain itu, perlu adanya peningkatan dalam menciptakan persaingan usaha yang sehat, tentu dengan peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha, mengingat keterbatasan Undang-undang Persaingan Usaha yang belum menerapkan prinsip ekstrateritorialitas.

Kelima, artikel jurnal yang ditulis oleh Kurnia Ambar Sari dari Fakultas Hukum, Universitas Indonesia “Integrasi Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha Atas Data Pribadi Konsumen pada Platform Digital”.²² Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa sinergi antara peraturan persaingan usaha, perlindungan data pribadi dan perlindungan konsumen diharapkan dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang nilai data pribadi yang mereka berikan, melindungi hak-hak data konsumen, hingga meningkatkan iklim persaingan yang sehat.

Keenam, artikel jurnal yang ditulis oleh Julienna Hartono, Julianda Rosyadi, dan Xavier Nugraha dari Universitas Airlangga dengan judul “Analisis Penggunaan

²¹ Widadatul Ulya, “Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Dala Pemanfaatan Big Data Marketplace Di Indonesia,” *Jurnal Hukum Dan Dinamika Masyarakat* 20, no. 2 (2022): 15–29.

²² Kurnia Ambar Sari, “Integrasi Hukum Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Atas Data Pribadi Konsumen Pada Platform Digital,” *UNES Law Review* 6, no. 1 (2023): 1936–47.

Algoritma Harga sebagai Bentuk Perjanjian Penetapan Harga di Indonesia”.²³ Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan algoritma harga yang di dalamnya terdapat perintah melakukan penyesuaian harga dengan harga pesaing pada dasarnya berpotensi menjadi sebuah bentuk perjanjian penetapan harga karena dapat memenuhi unsur Pasal 5 Undang-undang No. 5 Tahun 1999. Namun, membuktikan adanya perjanjian penetapan harga yang dilakukan oleh algoritma sejatinya cukup sulit. Hal ini dikarenakan algoritma sendiri kemungkinan besar hanya merupakan bukti petunjuk yang merupakan bukti tidak langsung.

Ketujuh, artikel jurnal yang ditulis oleh Ria Setyawati dan Rayhan Adhi Pradana dari Universitas Airlangga dengan judul “Penyalahgunaan Posisi Dominan oleh Pelaku Usaha Dominan melalui Penggunaan Algoritma Harga”.²⁴ Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma harga dapat mengakibatkan penyalahgunaan posisi dominan. Pelaku usaha dapat menggunakan algoritma harga secara sistematis untuk mendukung produk hilirnya yang membatasi peluang pesaingnya. Dalam aspek “konsumen dapat memperoleh harga yang bersaing”, algoritma harga dapat digunakan sebagai sarana untuk mendiskriminasi harga yang diberikan kepada konsumen, khususnya melalui algoritma harga yang terpersonalisasi.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak permasalahan terkait dengan pemrosesan data dalam PMSE, termasuk penggunaan algoritma dalam konteks persaingan usaha. Sehingga, menjadikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan fokus yang berbeda, yaitu mengenai pengaturan ideal penggunaan algoritma oleh pelaku usaha PMSE dalam perspektif hukum persaingan usaha. Maka penulis mengambil judul **“Pengaturan Pemanfaatan Algoritma pada Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha”**.

²³ Julienna Hartono, Julianda Rosyadi, and Xavier Nugraha, “Analisis Penggunaan Algoritma Sebagai Bentuk Perjanjian Penetapan Harga Di Indonesia,” *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* 4, no. 1 (2021): 37–49.

²⁴ Ria Setyawati and Rayhan Adhi Pradana, “Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Pelaku Usaha Dominan Melalui Penggunaan Algoritma Harga.”

RUMUSAN MASALAH

Dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Mengapa hukum positif Indonesia belum bisa mencegah persaingan usaha tidak sehat akibat pemanfaatan algoritma dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik?
2. Bagaimana pengaturan pemanfaatan algoritma pada Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang ideal dalam perspektif hukum persaingan usaha?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Adapun pendekatan perundang-undangan yakni dengan mengkaji semua undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Sedangkan pendekatan konseptual beranjak dari pandangan dan doktrin-doktrin hukum yang juga berkaitan dengan penelitian ini.²⁵

Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya: Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat; Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik; Undang-undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi; Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik; Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik; Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Bahan hukum sekunder yang digunakan berupa buku-buku, disertasi, tesis, jurnal, internet, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan hukum persaingan usaha.

²⁵ Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017).

Semua bahan hukum tersebut dikumpulkan menggunakan teknik studi kepustakaan dan akses internet. Studi pustaka dilakukan dengan cara pengumpulan bahan primer dan sekunder yang berkaitan dengan isu hukum sesuai dengan tema penelitian.²⁶ Sedangkan akses internet dilakukan untuk mengumpulkan bahan hukum melalui *website* yang berupa jurnal *online*, buku *digital*, dan berita terkini yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Bahan hukum yang sudah terkumpul kemudian dianalisa secara kualitatif, yaitu suatu metode analisis data deskriptif analitis yang mengacu pada suatu masalah tertentu yang kemudian dikaitkan dengan literatur atau pendapat pakar hukum maupun berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.²⁷

TINJAUAN PUSTAKA

Hukum Persaingan Usaha

Secara garis besar hukum persaingan usaha merupakan seperangkat aturan yang mengatur semua aspek terkait dengan persaingan usaha. Selain itu, hukum ini juga dikenal dengan istilah hukum anti monopoli dan hukum *antitrust*.²⁸ Arie Siswanto berpendapat bahwa hukum persaingan usaha adalah suatu instrumen hukum bagaimana persaingan itu dilakukan.²⁹ Sementara itu, Hermansyah mendefinisikan bahwa hukum persaingan usaha merupakan seperangkat aturan yang menetapkan apa saja yang diperbolehkan dan dilarang dalam konteks persaingan usaha.³⁰ Atas dasar pendapat para ahli tersebut, dapat diartikan bahwa hukum persaingan usaha adalah hukum yang mengatur aktivitas usaha untuk memastikan adanya persaingan yang sehat dan menjaga integritas pasar, sehingga tidak merugikan konsumen maupun pesaing lainnya.

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan landasan hukum dalam mengatur

²⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001).

²⁷ Soekanto dan Mamudji.

²⁸ Temmy Wijaya, "Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Keadaban 1* (2020): 22–35.

²⁹ Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004).

³⁰ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, 2nd ed. (Jakarta: Prenada Media, 2009).

persaingan antar para pelaku usaha di Indonesia. Adapun asas yang melandasi pengaturan ini dijelaskan pada Pasal 2 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, bahwa “Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum”.³¹ Asas tersebut merupakan penjabaran dari Pasal 33 Undang-undang Dasar 1945, yang mana esensinya perekonomian Indonesia berorientasi kepada ekonomi kerakyatan.³² Hal ini merupakan penuangan yuridis konstitusional dari amanat yang dikandung dalam Pembukaan Undang-undang Dasar 1945, yaitu mewujudkan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Sementara itu, tujuan dari Undang-undang No. 5 Tahun 1999 dijelaskan pada Pasal 3, antara lain:³³

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
3. Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Pada Undang-undang No. 5 Tahun 1999 terdapat tiga indikator yang menandai adanya persaingan usaha yang tidak sehat, yakni: persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur, persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum, dan persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan di antara pelaku usaha. Bentuk persaingan usaha tidak sehat

³¹ Pasal 2 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

³² Pasal 33 Undang-undang Dasar 1945.

³³ Pasal 3 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

tersebut dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 secara garis besar berupa: perjanjian yang dilarang, kegiatan usaha yang dilarang, dan penyalahgunaan posisi dominan.

Perjanjian-perjanjian yang dilarang diatur dalam Pasal 4 sampai Pasal 16 Undang-undang No. 5 Tahun 1999. Perjanjian-perjanjian tersebut antara lain:

1. Oligopoli;
2. Penetapan harga;
3. Pembagian wilayah;
4. Pemboikotan;
5. Kartel;
6. Trust;
7. Oligopsoni;
8. Integrasi vertikal;
9. Perjanjian Tertutup;
10. Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri.³⁴

Kegiatan-kegiatan yang dilarang diatur dalam Pasal 17 sampai Pasal 24 Undang-undang No. 5 Tahun 1999. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain:

1. Monopoli;
2. Monopsoni;
3. Penguasaan pasar;
4. Persekongkolan.³⁵

Penyalahgunaan posisi dominan diatur dalam Pasal 25 sampai Pasal 29 Undang-undang No. 5 Tahun 1999. Penyalahgunaan posisi dominan tersebut antara lain:

1. Mencegah atau menghalangi konsumen dalam memperoleh barang dan atau jasa;
2. Membatasi pasar dan pengembangan teknologi;

³⁴ Pasal 4-16 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat..

³⁵ Pasal 17-24 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

3. Menghambat pelaku usaha lain untuk memasuki pasar yang bersangkutan;
4. Rangkap jabatan;
5. Pemilikan saham;
6. Penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan badan usaha atau saham.³⁶

Regulasi larangan dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 pada dasarnya memiliki dua sifat, yakni larangan yang bersifat *per se illegal* dan larangan yang bersifat *rule of reason*. Kedua sifat regulasi larangan ini digunakan sebagai instrumen dalam pengaturan dan menjadi pendekatan dalam hukum persaingan usaha.³⁷ Pada pendekatan *per se illegal* kegiatan usaha dinilai berdasarkan hukum yang berlaku dalam menentukan apakah kegiatan tersebut melanggar hukum persaingan usaha atau tidak tanpa perlu melihat dampak yang ditimbulkan. Pasal yang menggunakan pendekatan ini biasanya memuat kata “*dilarang*”.³⁸ Contohnya dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 yaitu pada Pasal 5, Pasal 6, Pasal 10, dan Pasal 15.

Sedangkan pada pendekatan *rule of reason* suatu kegiatan usaha bisa dinilai melanggar hukum persaingan usaha apabila kegiatan usaha tersebut terbukti mengakibatkan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. Pasal yang menggunakan pendekatan ini biasanya memuat frasa “*yang dapat mengakibatkan*” dan/atau “*patut diduga*”.³⁹ Contohnya dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 yaitu pada Pasal 7 dan Pasal 11.

Sementara itu, terdapat dua orientasi yang dijadikan landasan dan bahan pertimbangan dalam perkembangan hukum persaingan usaha di Indonesia, yaitu:

³⁶ Pasal 25-29 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat..

³⁷ Nova Angelina Silalahi, “Pembentukan Perangkat Kepatuhan Persaingan Usaha Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Kepatuhan Persaingan Usaha,” *Jurnal Persaingan Usaha* 2, no. 1 (2022): 30–42, <https://doi.org/10.55869/kppu.v3i-.50>.

³⁸ Basri Effendi, “Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat,” *Syiah Kuala Law Journal* 4, no. 1 (2020): 21–32, <https://doi.org/10.24815/sklj.v4i1.16228>.

³⁹ Effendi.

1. Berorientasi kepada pengaturan persaingan usaha antara pelaku usaha untuk membangun ekosistem usaha yang sehat dan berdaya saing;
2. Berorientasi kepada perubahan perilaku atau kebiasaan yang ada dalam masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan perilaku yang biasa dilakukan oleh para pelaku usaha dalam kegiatan usaha mereka.⁴⁰

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 sebagai dasar hukum persaingan usaha juga telah mengamanatkan terbentuknya lembaga independen yakni Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU). KPPU adalah lembaga penegak hukum dalam bidang persaingan usaha dan status yang diberikan kepada KPPU adalah sebagai pengawas pelaksanaan Undang-undang No. 5 Tahun 1999, sebagaimana tercantum dalam Pasal 30 ayat (1), yang berbunyi “Untuk mengawasi pelaksanaan Undang-undang ini dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang selanjutnya disebut Komisi.”⁴¹

Adapun tugas KPPU sebagaimana disebutkan dalam Pasal 35 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, meliputi:

- a. Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16;
- b. Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24;
- c. Melakukan penilaian terhadap ada atau tidaknya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28;
- d. Mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36;

⁴⁰ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*.

⁴¹ Pasal 30 ayat (1) Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

- e. Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- f. Menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-undang ini;
- g. Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.⁴²

Tugas KPPU sebagaimana yang diatur dalam pasal tersebut memberikan kewenangan untuk mengawasi setiap kegiatan usaha, termasuk Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Dalam konteks PMSE, KPPU memiliki Deputi Pencegahan yang memiliki tugas mengawasi bisnis platform PMSE dengan mengawasi terjadinya perilaku diskriminasi. Disisi lain, KPPU juga berperan dalam melindungi seluruh pelaku ekonomi agar tetap berada dalam jalur persaingan usaha yang sehat dan adil. Dari aspek kebijakan KPPU juga memiliki kewenangan untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah mengenai kebijakan maupun pembentukan peraturan perundang-undangan tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, khususnya dalam sektor PMSE. KPPU dalam kapasitasnya sebagai lembaga independen juga bertindak sebagai penengah dalam mengawasi jalannya bisnis dan persaingan usaha dalam PMSE.

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) atau yang lebih sering dikenal dengan istilah *e-commerce* adalah kegiatan transaksi baik itu promosi/pemasaran produk atau jasa, penjualan dan pembelian yang dilakukan secara elektronik.⁴³ *E-commerce* dapat diklasifikasikan dalam beberapa jenis berdasarkan sifat transaksinya, antara lain:

- a. *Business-to-Business* (B2B), adalah transaksi penjualan produk yang dilakukan oleh satu bisnis ke bisnis lainnya melalui jaringan elektronik.

⁴² Pasal 35 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

⁴³ Yanci Libria Fista, Aris Machmud, dan Suartini Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Hukum* 12, no. 1 (2023): 177–89, <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.

Contoh transaksi yang dilakukan antara produsen dengan grosir, atau grosir dengan pengecer;

- b. *Consumer-to-Consumer* (C2C), adalah transaksi penjualan produk milik pribadi konsumen kepada konsumen lain melalui jaringan elektronik
- c. *Business-to-Consumer* (B2C), adalah transaksi penjualan produk oleh produsen kepada konsumen melalui jaringan elektronik;
- d. *Consumer-to-Business* (C2B), adalah transaksi penjualan produk oleh konsumen kepada produsen melalui jaringan elektronik. Contohnya suatu *platform* yang menyediakan wadah bagi pekerja lepas untuk mencari pekerjaan paruh waktu sesuai dengan keahlian mereka. Jasa yang ditawarkan oleh *freelancer* ini kemudian dibayar oleh perusahaan yang membutuhkannya.⁴⁴

Hukum pelaksanaan *e-commerce* di Indonesia telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan tersebut mendefinisikan PMSE adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.⁴⁵ Sistem elektronik sendiri merupakan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik.⁴⁶

Setiap pihak yang melakukan PMSE harus memperhatikan prinsip PMSE sebagaimana disebutkan dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, antara lain:

1. Iktikad baik, prinsip iktikad baik yaitu pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik wajib memiliki iktikad baik, dimana pelanggaran atas asas ini berakibat batalnya

⁴⁴ Emma Widiandia and Rif'atul Faizah, "Analisis Pemanfaatan E-Commerce pada UMKM Yogyakarta Di Masa Pandemi Covid 19" 4, no. 1 (2024): 1–13, <https://doi.org/https://doi.org/10.56393/investasi.v4i1.2001>.

⁴⁵ Pasal 1 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

⁴⁶ Pasal 1 ayat (3) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

kesepakatan diantara para pihak, dengan tidak mengurangi atau mengabaikan hak-hak dari pihak yang memiliki iktikad baik dalam melakukan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE);

2. Kehati-hatian, yaitu pelaku usaha dan konsumen wajib bersikap hati-hati dalam melakukan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), dimana segala informasi elektronik sehubungan dengan pelaku usaha, konsumen, barang dan/atau jasa yang menjadi obyek perdagangan serta syarat dan kondisi dari perdagangan barang atau jasa melalui sistem elektronik wajib dipahami dengan baik;
3. Transparasi, pelaku usaha dan konsumen wajib secara transparan menyampaikan segala informasi elektronik sehubungan dengan pelaku usaha, konsumen, barang atau jasa yang menjadi obyek perdagangan serta persyaratan dan ketentuan dari perdagangan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik wajib dipahami dengan baik;
4. Kepercayaan, pelaku usaha wajib membangun sistem elektronik dengan baik yang layak dipercaya demi menjaga kepercayaan pengguna sistem terhadap sistem elektronik yang diselenggarakannya;
5. Akuntabilitas, Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) wajib dilakukan oleh para pelaku usaha dan konsumen secara akuntabel dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan dan etika yang berlaku umum;
6. Keseimbangan, pelaku usaha dan konsumen wajib menjamin bahwa hubungan hukum yang dilakukan dilandasi oleh semangat untuk saling menguntungkan sesuai dengan harapan dan pengorbanan yang diberikan oleh masing-masing pihak;
7. Adil dan sehat, adanya kesetaraan kesempatan dan kedudukan dalam kegiatan usaha antar Pelaku Usaha PMSE untuk mewujudkan iklim usaha yang kondusif sehingga menjamin adanya kepastian dan kesempatan berusaha yang sama.⁴⁷

⁴⁷ Penjelasan Pasal 3 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

PMSE dilaksanakan berdasarkan asas *pacta sunt servanda* dan atas dasar perjanjian. Berdasarkan Pasal 4 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, “PMSE merupakan hubungan hukum privat yang dapat dilakukan antara: a. pelaku usaha dengan pelaku usaha; b. pelaku usaha dengan konsumen; c. pribadi dengan pribadi, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan d. instansi penyelenggara negara dengan pelaku usaha, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”.⁴⁸

Pelaku usaha dalam PMSE sebagaimana dijelaskan pada Pasal 2 Permendag No. 31 tahun 2023 terdiri atas pelaku usaha baik dalam negeri maupun luar negeri, yang mana meliputi:

1. Pedagang (*merchant*), Pelaku Usaha yang melakukan PMSE dengan sarana yang dibuat dan dikelola sendiri secara langsung atau melalui sarana milik pihak PPMSE, atau Sistem Elektronik lainnya yang menyediakan sarana PMSE;
2. Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE), Pelaku Usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi Perdagangan;
3. Penyelenggara Sarana Perantara (PSP) adalah Pelaku Usaha Dalam Negeri atau Pelaku Usaha Luar Negeri yang menyediakan sarana komunikasi elektronik selain penyelenggara telekomunikasi yang hanya berfungsi sebagai perantara dalam komunikasi elektronik antara pengirim dan penerima.⁴⁹

Setiap pelaku usaha PMSE memiliki kewajiban untuk melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen dan mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha.⁵⁰

⁴⁸ Pasal 4 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

⁴⁹ Pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik..

⁵⁰ Pasal 26 Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Penggunaan Algoritma dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)

Algoritma atau dalam bahasa Inggris disebut *algorithm* berasal dari kata “algoris” dan “ritmis”. Istilah ini pertama kali dikenalkan oleh Abu Ja’far Muhammad Ibn Musa Al Khwarizmi pada 825 M di dalam buku *Al-Jabr Wa-al Muqabla*.⁵¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mencatat pengertian algoritma sebagai prosedur sistematis untuk menyelesaikan masalah matematis dalam langkah-langkah terbatas.

Menurut Donald E. Knuth, setiap metode penyelesaian masalah tentu memiliki ciri-ciri, begitu pula dengan algoritma. Beberapa ciri-ciri algoritma adalah:⁵²

1. Memiliki Input

Dalam memberikan hasil atau output yang diharapkan, algoritma memerlukan input dari pengguna. Input adalah besaran nilai atau perintah yang diberikan kepada algoritma sebelum ia memprosesnya menjadi suatu output. Misalnya, input berupa teks atau angka. Suatu algoritma bisa memiliki satu input atau memiliki beberapa input sekaligus.

2. Memiliki Output

Selain memiliki input, algoritma juga memiliki output yang merupakan solusi atau hasil pemecahan masalah yang dihadapi. Suatu algoritma dapat memiliki satu output atau lebih. Jika algoritma tidak menampilkan output yang diharapkan, bisa saja terdapat error pada algoritma tersebut.

3. Terdapat Proses

Salah satu ciri-ciri algoritma adalah memiliki proses yang terdiri dari langkah-langkah untuk menyelesaikan masalah. Proses merupakan suatu aksi yang dilakukan untuk mengubah input pengguna menjadi output yang diharapkan.

⁵¹ Fathurrahman Muhtar, “Abu Abdullah Ibn Musa Al-Khawarizmi (Pelopor Matematika Dalam Islam),” *Beta* Vol. 7, no. No. 2 (2014): 82–97.

⁵² Muhammad Romzi, *Logika Dan Algoritma*, 2012.

4. Efektif dan Efisien

Algoritma harus dibuat secara efektif dan efisien. Tiap tahapan yang dilakukan harus dibuat sesederhana mungkin sehingga waktu yang dibutuhkan untuk menampilkan output tidak terlalu lama.

5. Tidak Ambigu

Ciri-ciri algoritma lainnya yaitu jelas dan tidak ambigu. Maksudnya, setiap langkah atau tahapan yang ditempuh dalam suatu algoritma hanya memiliki satu makna. Dengan begitu, program yang dihasilkan dapat menampilkan output yang diharapkan.

6. Memiliki Batasan Langkah

Algoritma akan berhenti setelah mengerjakan langkah-langkah tertentu atau setelah menemukan solusi permasalahan. Jika algoritma suatu program tidak dapat berhenti, maka ada indikasi error pada algoritma tersebut.

Pada era digitalisasi saat ini, algoritma memiliki peran penting dalam perkembangan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Algoritma digunakan untuk menganalisis data pasar secara *real-time*. Ini mencakup data harga produk pesaing, volume perdagangan, dan indikator teknis, sehingga algoritma dapat mengidentifikasi pola, tren, dan peluang perdagangan berdasarkan data tersebut. Dengan bantuan algoritma tersebut, pelaku usaha PMSE dapat memberikan pelayanan optimal kepada konsumen sehingga berpotensi meningkatkan angka penjualan.⁵³

Berikut beberapa penerapan teknologi algoritma pada PMSE yang telah dilakukan, antara lain:

1. Pencarian Produk

Fitur pencarian produk adalah fitur penting dalam PMSE yang memungkinkan konsumen untuk mencari dan menemukan produk yang mereka inginkan dengan mudah dan cepat. Fitur ini biasanya berbentuk

⁵³ Annisa Rizky Mangunsong, Volvo Sihombing, and Ibnu Rasyid Munthe, "Pengembangan Sistem Rekomendasi Produk Berdasarkan Pola Pembelian Dengan Pendekatan Algoritma Apriori," *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi (JIKOMSI)* 7, no. 1 (2024): 82–86, <https://doi.org/10.55338/jikoms.v7i1.2718>.

kotak teks di mana pengguna dapat mengetik kata kunci atau frasa yang berkaitan dengan produk yang mereka cari. Algoritma pencarian digunakan untuk memfasilitasi fitur ini. Algoritma ini bekerja dengan mencocokkan kata kunci atau frasa yang dimasukkan oleh pengguna dengan informasi produk yang tersedia di database PMSE. Hasil pencarian kemudian ditampilkan kepada pengguna dalam bentuk daftar produk yang relevan. Sebagai contoh, jika pengguna mencari “kemeja pria” dan mengetik kata kunci tersebut pada kolom pencarian *marketplace*, maka algoritma pencarian *marketplace* akan menampilkan daftar kemeja pria yang dijual di *marketplace* tersebut

2. Menetapkan Harga Produk

Algoritma harga merupakan alat yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menentukan harga suatu produk. Algoritma tersebut akan menganalisis data-data pembentuk harga dan menghasilkan sebuah harga paling optimal untuk produk pada situasi dan kondisi tertentu. Data yang diperlukan dalam algoritma harga adalah data yang signifikan untuk pembentukan harga seperti: (a) harga pesaing; (b) keuntungan dan data pendapatan di masa lalu; (c) data individu konsumen, termasuk sejarah pembelian atau penelusuran konsumen; (d) informasi pasar seperti jumlah saham kompetitor; (e) informasi eksternal seperti pola cuaca; (f) harga produksi dan penyimpanan pelaku usaha. Sebagai contoh, algoritma pada aplikasi transportasi online yang mungkin menaikkan harga saat jam sibuk, saat ada permintaan yang tinggi di area tertentu, atau ketika cuaca hujan.

3. Memberikan Rekomendasi Produk

Algoritma dapat bermanfaat untuk memberikan saran produk yang sesuai dengan preferensi konsumen. Algoritma ini biasanya bekerja dengan cara mengumpulkan dan menganalisis data perilaku konsumen, seperti produk apa yang sering dilihat, apa yang sering dibeli, kategori apa yang paling diminati, dan lain sebagainya. Dengan data tersebut, algoritma dapat memprediksi produk apa yang mungkin akan diminati oleh konsumen dan menampilkan produk tersebut sebagai rekomendasi. Misalnya, pada *platform*

marketplace yang menjual berbagai macam produk, termasuk produk olahraga. Jika konsumen sering mencari dan membeli produk olahraga, algoritma *marketplace* akan merekomendasikan produk olahraga lain yang mungkin disukai atau dibutuhkan konsumen tersebut.

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, penggunaan algoritma erat kaitannya dengan pemrosesan suatu data. Data merupakan catatan atas kumpulan fakta atau deskripsi berupa angka, karakter, simbol, gambar, peta, tanda, isyarat, tulisan, suara, dan/atau bunyi, yang merepresentasikan keadaan sebenarnya atau menunjukkan suatu ide, objek, kondisi atau situasi. Pemrosesan data yang dilakukan oleh pelaku usaha PMSE melalui algoritma pada akhirnya harus memperhatikan dampak yang dihasilkan, terutama pada kesejahteraan konsumen dan iklim persaingan di antara pelaku usaha.⁵⁴

Pelaku usaha PMSE juga memiliki kewajiban untuk melindungi data pribadi konsumen yang telah mereka kumpulkan. Perlindungan data adalah metode untuk mengamankan informasi, khususnya informasi yang disimpan di komputer, agar tidak hilang secara fisik atau diakses oleh orang yang tidak berwenang. Sementara itu, data pribadi menurut Black's Law Dictionary termasuk sebagai informasi rahasia (*classified information*) yang mana terbatas hanya orang yang berwenang yang boleh mengaksesnya.⁵⁵ Adapun beberapa peraturan di Indonesia yang memberikan penjelasan terkait data pribadi antara lain:

1. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) tidak secara spesifik mendefinisikan apa itu data pribadi. Namun, dijelaskan dalam Pasal 26 bahwa perlindungan data pribadi merupakan bagian dari hak pribadi (*privacy rights*).⁵⁶
2. Pasal 1 ayat (29) Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mendefinisikan, "Data pribadi adalah setiap data tentang seseorang baik yang

⁵⁴ Devina Tanzil and Kristianto P.H. Silalahi, "Pelindungan Data Pribadi Dalam Analisis Penyalahgunaan Posisi Dominan Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha," *Gloria Justitia* 2, no. 1 (2022): 1–18, <https://doi.org/10.25170/gloriajustitia.v2i1.3359>.

⁵⁵ Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary* (United State of Amerika: west Publishing, 2014).

⁵⁶ Pasal 26 Undang-undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

teridentifikasi dan/atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Sistem Elektronik dan /atau non-elektronik.”⁵⁷

3. Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik tidak mendefinisikan data pribadi secara eksplisit. Akan tetapi pengaturan data pribadi tertuang dalam Bab XI, Pasal 58 dan Pasal 59. Salah satu pengaturannya yakni “Setiap data pribadi diberlakukan sebagai hak milik pribadi dari orang atau pelaku usaha yang bersangkutan.”⁵⁸
4. Pasal 1 ayat (1) Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik mendefinisikan, “Data Pribadi adalah data perseorangan tertentu yang disimpan, dirawat, dan dijaga kebenaran serta dilindungi kerahasiaannya.”⁵⁹
5. Pasal 1 ayat (1) Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi mendefinisikan, “Data pribadi adalah data tentang orang perseorangan yang teridentifikasi atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui sistem elektronik atau nonelektronik.”⁶⁰

Terdapat dua jenis data pribadi sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 4 Undang-undang No. 27 Tahun 2022 yaitu data pribadi yang bersifat spesifik dan data pribadi yang bersifat umum. Adapun klasifikasi pembagian data tersebut yaitu:

1. Data pribadi yang bersifat spesifik meliputi:
 - a. Data dan informasi kesehatan;
 - b. Data biometrik;

⁵⁷ Pasal 1 ayat (29) Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

⁵⁸ Pasal 58 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

⁵⁹ Pasal 1 ayat (1) Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi.

⁶⁰ Pasal 1 ayat (1) Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

- c. Data genetika;
 - d. Catatan kejahatan;
 - e. Data anak;
 - f. Data keterangan pribadi; dan/ atau
 - g. Data lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.
2. Data pribadi yang bersifat umum, meliputi;
 - a. Nama lengkap;
 - b. Jenis kelamin;
 - c. Kewarganegaraan;
 - d. Agama;
 - e. Status Perkawanan dan/atau;
 - f. Data pribadi yang dikombinasikan untuk mengidentifikasi seseorang.⁶¹

Perlindungan data pribadi sangat penting karena merupakan kunci perlindungan hak privasi yang merupakan nilai dasar dari hak-hak asasi manusia lainnya.⁶² Sebagaimana merujuk pada Penjelasan Pasal 26 ayat (1) UU ITE dipaparkan bahwa “Dalam pemanfaatan teknologi informasi, perlindungan data pribadi merupakan salah satu bagian dari hak pribadi (*privacy rights*). Hak pribadi mengandung pengertian sebagai berikut: a. hak pribadi merupakan hak untuk menikmati kehidupan pribadi dan bebas dari segala macam gangguan; b. hak pribadi merupakan hak untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain tanpa tindakan memata-matai; c. hak pribadi merupakan hak untuk mengawasi akses informasi tentang kehidupan pribadi dan data seseorang.”⁶³

Adapun asas-asas perlindungan data pribadi dijelaskan dalam pasal 3 Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, yakni:

b. Perlindungan

⁶¹ Pasal 4 Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi

⁶² Moira Paterson and Maeve McDonagh, “Data Protection in an Era of Big Data: The Challenges Posed by Big Personal Data,” *Monash University Law Review* 44, no. 1 (2018): 1–31, https://www.monash.edu/_data/assets/pdf_file/0009/1593630/Paterson-and-McDonagh.pdf.

⁶³ Penjelsan Pasal 26 ayat (1) Undang-undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

- c. Kepastian hukum;
- d. Kepentingan umum;
- e. Kemanfaatan;
- f. Kehati-hatian;
- g. Keseimbangan;
- h. Pertanggungjawaban; dan
- i. Perahasiaan.⁶⁴

Selain asas-asas perlindungan data pribadi, Pasal 16 ayat (2) Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi juga mengamanatkan bahwa pemrosesan data pribadi dilakukan berdasarkan prinsip:

- a. Pengumpulan data pribadi dilakukan secara terbatas dan spesifik, sah secara hukum, dan transparan;
- b. Pemrosesan data pribadi dilakukan sesuai dengan tujuannya;
- c. Pemrosesan data pribadi dilakukan dengan menjamin hak subjek data pribadi;
- d. Pemrosesan data pribadi dilakukan secara akurat, lengkap, tidak menyesatkan, mutakhir, dan dapat dipertanggungjawabkan;
- e. Pemrosesan data pribadi dilakukan dengan melindungi keamanan data pribadi dari pengaksesan yang tidak sah, pengungkapan yang tidak sah, perubahan yang tidak sah, penyalahgunaan, perusakan, dan/atau penghilangan data pribadi;
- f. Pemrosesan data pribadi dilakukan dengan memberitahukan tujuan dan aktivitas pemrosesan, serta kegagalan perlindungan data pribadi;
- g. Data pribadi dimusnahkan dan/atau dihapus setelah masa retensi berakhir atau berdasarkan permintaan subjek data pribadi, kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan; dan
- h. Pemrosesan data pribadi dilakukan secara bertanggung jawab dan dapat dibuktikan secara jelas.⁶⁵

⁶⁴ Pasal 3 Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.

⁶⁵ Pasal 16 ayat (2) Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.

Perlindungan data pribadi merupakan salah satu hak konstitusional warga negara Indonesia. Dalam Undang-undang Dasar 1945, hak-hak asasi manusia diatur pada Bab X Pasal 28A sampai dengan Pasal 28J⁶⁶. Ketentuan mengenai perlindungan data pribadi secara umum dapat terlihat dalam Pasal 28G ayat (1) UUD 1945, berbunyi “Setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda yang di bawah kekuasaannya, serta berhak atas rasa aman dan perlindungan dari ancaman ketakutan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang merupakan hak asasi.”⁶⁷ Berdasarkan Pasal 29 ayat (1) Undang-undang No. 39 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia bahwa “Setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan hak miliknya.” Selanjutnya, Pasal Undang-undang No. 39 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia mengatur bahwa “Kemerdekaan dan rahasia dalam hubungan surat-menyurat termasuk hubungan komunikasi melalui sarana elektronik tidak boleh diganggu, kecuali atas perintah hakim atau kekuasaan lain yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Dalam konteks PMSE, perlindungan data pribadi diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang memuat sebagai berikut:

1. Pengaturan terhadap iklan elektronik sebagaimana diatur dalam Pasal 33 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019, dijelaskan bahwa “Dalam hal iklan elektronik disampaikan melalui sarana PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri, PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri wajib mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang penyiaran, perlindungan atas privasi dan data pribadi, perlindungan konsumen, dan tidak bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat.”;⁶⁸

⁶⁶ Pasal 28 Undang-undang Dasar 1945.

⁶⁷ Pasal 28G Undang-undang Dasar 1945.

⁶⁸ Pasal 33 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

2. Berdasarkan Pasal 58 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019, bahwa “Setiap data pribadi diberlakukan sebagai hak milik pribadi dari orang atau pelaku usaha yang bersangkutan”;⁶⁹
3. Berdasarkan Pasal 58 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019, bahwa “Setiap pelaku usaha yang memperoleh data pribadi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib bertindak sebagai pengemban amanat dalam menyimpan dan menguasai data pribadi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”⁷⁰
4. Kewajiban pelaku usaha untuk menyimpan data pribadi sesuai standar perlindungan data pribadi atau kelaziman praktik bisnis yang berkembang sebagaimana diatur dalam Pasal 59 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019.⁷¹
5. Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019 memberikan hak kepada pemilik data pribadi untuk meminta kepada pelaku usaha untuk menghapus seluruh data pribadi yang bersangkutan apabila pemilik data pribadi tersebut menyatakan keluar, berhenti berlangganan atau berhenti menggunakan jasa dan sarana PMS dan pelaku usaha harus menghapus seluruh data pribadi tersebut.⁷²

Sebagai perbandingan, beberapa negara saat ini telah membuat aturan untuk mencegah potensi anti persaingan akibat penggunaan algoritma dalam PMSE. Uni Eropa telah menerbitkan Undang-undang yang dikenal dengan Digital Markets Act (DMA). DMA mengatur *platform* digital besar yang dianggap sebagai *gatekeeper* (penjaga gerbang) untuk memastikan mereka tidak menyalahgunakan posisi dominan mereka di pasar. Dengan demikian, tercipta kesetaraan yang memungkinkan pelaku usaha kecil untuk bersaing secara efektif dan mendorong terciptanya pasar yang lebih dinamis dan kompetitif.

⁶⁹ Pasal 58 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

⁷⁰ Pasal 58 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

⁷¹ Pasal 59 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

⁷² Pasal 59 ayat (3) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Perusahaan dapat dianggap sebagai *gatekeeper* jika memenuhi beberapa kriteria berikut:

1. Memiliki dampak yang signifikan terhadap pasar internal;
2. Merupakan pintu masuk penting bagi pelaku usaha untuk mencapai konsumen akhir; dan
3. Memiliki posisi yang kokoh dan bertahan lama di pasar
4. Mencapai omset tahunan di Wilayah Ekonomi Eropa (EEA) yang sama dengan atau lebih dari EUR 6,5 miliar dalam tiga tahun fiskal terakhir, atau memiliki kapitalisasi pasar atau nilai pasar setara dengan atau lebih dari EUR 65 miliar dalam setahun fiskal terakhir, dan;
5. Menyediakan layanan *platform* inti di setidaknya tiga negara anggota.⁷³

Perusahaan *gatekeeper* memiliki kewajiban dalam PMSE yang diatur dalam DMA, antara lain:

1. Memastikan konsumen dapat memindahkan data mereka dengan mudah dan menggunakan *platform* lain dari berbagai perusahaan dengan lancar.
2. Dilarang memberi peringkat pada produknya sendiri lebih tinggi dari produk pedagang lain tanpa alasan yang dapat dibenarkan. Hal ini untuk mencegah *gatekeeper* menyalahgunakan posisi dominan untuk mempromosikan produk secara tidak adil terhadap pesaing.⁷⁴
3. Transparansi dalam layanan periklanan, memastikan bahwa konsumen memahami alasan mereka melihat iklan tertentu dan siapa yang membayarnya. *Gatekeeper* juga harus memberikan data yang dibutuhkan pengiklan dan penerbit untuk memverifikasi jangkauan iklan tersebut.
4. *Gatekeeper* dilarang menghalangi pedagang untuk menawarkan produk atau layanan yang sama baik secara langsung ataupun melalui *platform* lain, dengan harga atau ketentuan yang berbeda dari yang ditawarkan melalui *gatekeeper*.⁷⁵

⁷³ Pasal 3 Digital Markets Act.

⁷⁴ Pasal 6 Digital Markets Act.

⁷⁵ Pasal 5 Digital Markets Act.

China sebagai negara adidaya teknologi juga telah membatasi penggunaan algoritma rekomendasi melalui Peraturan Manajemen Rekomendasi Algoritma Layanan Informasi Internet (2022). Peraturan ini diterbitkan oleh Cyberspace Administration of China (CAC) otoritas pengawas internet di negara tersebut. Tujuan utama dari peraturan ini adalah untuk memastikan bahwa penggunaan algoritma oleh perusahaan dilakukan secara transparan, adil, dan bertanggung jawab, serta melindungi pengguna dari dampak negatif algoritma. Berikut adalah penjelasan mengenai peraturan ini:

1. Keterbukaan Informasi

Platform harus memberikan informasi yang jelas tentang prinsip-prinsip dasar, tujuan, dan mekanisme operasi dari algoritma rekomendasi mereka kepada publik. Ini mencakup penjelasan tentang bagaimana algoritma memproses data dan menghasilkan rekomendasi.

2. Kontrol Pengguna

- a. Pengguna harus diberi opsi untuk menonaktifkan layanan rekomendasi berbasis algoritma. Mereka juga harus dapat memilih untuk tidak dimasukkan dalam profil yang dibuat oleh algoritma.
- b. Jika pengguna menerima keputusan yang dibuat oleh algoritma yang berdampak signifikan, mereka berhak untuk mendapatkan penjelasan tentang bagaimana keputusan tersebut diambil.⁷⁶

3. Keadilan dan Transparansi

- a. Layanan rekomendasi algoritma yang menyediakan informasi berita perlu mendapatkan lisensi dan tidak dapat mengeluarkan berita palsu.
- b. Algoritma tidak boleh digunakan untuk diskriminasi atau penyalahgunaan data pribadi. Algoritma harus dirancang dan diimplementasikan dengan prinsip keadilan dan tidak boleh mempromosikan bias.⁷⁷

⁷⁶ Pasal 17 Peraturan Manajemen Rekomendasi Algoritma Layanan Informasi Internet Tiongkok (2022).

⁷⁷ Pasal 21 Peraturan Manajemen Rekomendasi Algoritma Layanan Informasi Tiongkok (2022).

- c. Algoritma dilarang untuk menerapkan pembatasan yang tidak masuk akal terhadap penyedia informasi online lainnya, atau menghalangi atau mengganggu operasi layanan informasi online legal yang normal dari penyedia lain.⁷⁸
- d. *Platform* diwajibkan untuk secara berkala mengaudit dan mengevaluasi algoritma mereka untuk memastikan kepatuhan dengan peraturan ini dan mengidentifikasi potensi risiko atau masalah.

Selain itu, China juga telah menerbitkan draft Amandemen Anti-Unfair Competition Law (AUCL) atau Undang-undang Anti Persaingan Usaha Tidak Sehat. Rancangan Amandemen AUCL ini memperkenalkan langkah-langkah untuk menargetkan berbagai kegiatan persaingan tidak sehat yang telah menarik perhatian pihak berwenang. Langkah-langkah ini mencakup peningkatan persaingan yang adil dalam ekonomi digital, larangan terhadap perdagangan berbahaya, perluasan tanggung jawab kepada mereka yang membantu tindakan yang menimbulkan kebingungan, penyempurnaan larangan iklan palsu, dorongan untuk membentuk sistem perlindungan rahasia dagang yang terintegrasi, pelarangan perusahaan yang menyalahgunakan posisi pasar mereka, pembaruan cakupan suap komersial, dan penyesuaian (serta dalam beberapa kasus, peningkatan) tanggung jawab hukum bagi pelanggar.

Beberapa aturan yang berkaitan dengan penggunaan algoritma antara lain:

1. Pelaku usaha dilarang menggunakan algoritma untuk menganalisis preferensi pengguna, kebiasaan perdagangan, dan karakteristik lainnya guna menerapkan perlakuan atau kondisi perdagangan yang tidak masuk akal. Amandemen ini sejalan dengan Undang-Undang Perlindungan Informasi Pribadi Republik Rakyat Tiongkok, yang mengharuskan pengambilan keputusan otomatis tidak boleh menyebabkan perlakuan berbeda yang tidak wajar terhadap individu.⁷⁹

⁷⁸ Pasal 15 Peraturan Manajemen Rekomendasi Algoritma Layanan Informasi Internet Tiongkok (2022).

⁷⁹ Pasal 19 draft Amandemen Undang-undang Anti Persaingan Usaha (AUCL).

2. Pelaku usaha dilarang menggunakan cara teknis untuk mempengaruhi pilihan pengguna dan menghalangi atau menyabotase produk atau layanan internet pelaku usaha lain.⁸⁰
3. Pelaku usaha dilarang memperoleh atau menggunakan data komersial dari pelaku usaha lain secara tidak pantas, termasuk melalui pencurian, pemaksaan, penipuan, intrusi elektronik, atau cara lain yang melemahkan tindakan manajemen teknis. Pelaku usaha juga dilarang mendapatkan dan menggunakan data komersial orang lain dengan melanggar perjanjian pengambilan data, serta menyediakan produk atau layanan pengganti yang disediakan oleh pelaku usaha lain.⁸¹

Selain menerbitkan draft Amandemen AUCL, China juga menerbitkan Amandemen Anti-Monopoli (AML) atau Undang-undang Anti Monopoli. Amandemen AML tersebut meliputi larangan penggunaan teknologi tertentu untuk terlibat dalam perilaku anti-persaingan, menaikkan denda maksimum atas pelanggaran, dan mengatur penyalahgunaan kekuasaan oleh lembaga administratif dan organisasi yang berwenang.⁸²

PEMBAHASAN

Analisis Hukum Positif Indonesia terhadap Pemanfaatan Algoritma dalam Konteks Persaingan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)

Pemanfaatan algoritma pada PMSE seringkali menimbulkan permasalahan hukum terutama dalam konteks persaingan usaha. Berdasarkan praktik di lapangan, pemanfaatan algoritma untuk menetapkan harga produk berpotensi terjadinya perjanjian penetapan harga antar pelaku usaha. Hal ini karena algoritma dapat disalahgunakan sebagai alat untuk menyesuaikan harga mengikuti harga yang digunakan oleh pelaku usaha pesaingnya. Berikut ilustrasi penyalahgunaan algoritma dalam menetapkan harga suatu produk dan/atau jasa:⁸³

⁸⁰ Pasal 16 Draft Amandemen Undang-undang Anti Persaingan Usaha (AUCL).

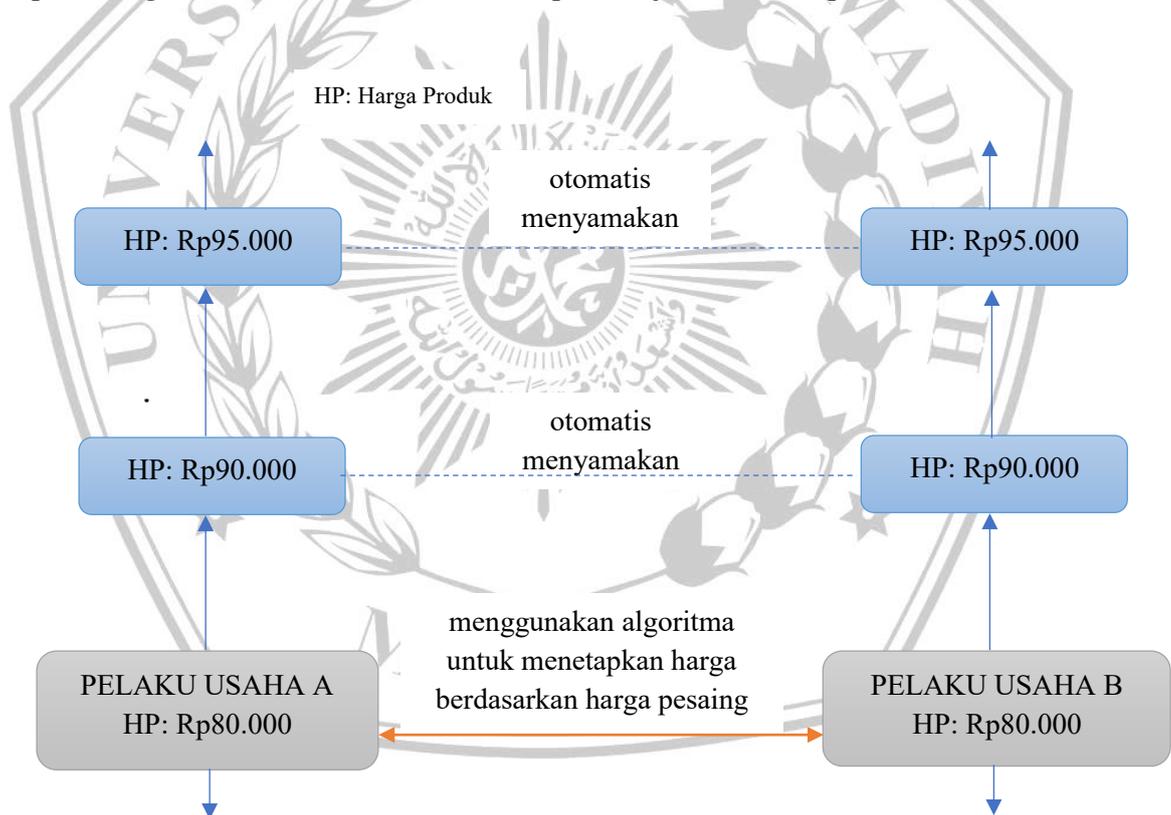
⁸¹ Pasal 18 Draft Amandemen Undang-undang Anti Persaingan Usaha (AUCL).

⁸² Undang-undang Anti Monopoli (AML)

⁸³ Julienna Hartono, Julianda Rosyadi, dan Xavier Nugraha, "Analisis Penggunaan Algoritma Harga Sebagai Bentuk Perjanjian Penetapan Harga Di Indonesia," *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* 4, no. 1 (2021).

1. Pelaku Usaha A dan Pelaku Usaha B memakai algoritma yang sama dalam sistem elektronik mereka, sehingga secara otomatis satu sama lain akan menyamakan harga ketika ada perubahan harga.
2. Jika Pelaku Usaha A meningkatkan harga produknya dari Rp80.000,- menjadi Rp90.000,-, maka algoritma Pelaku Usaha B akan otomatis menaikkan harga produknya menjadi Rp90.000,-.
3. Begitu juga sebaliknya, apabila Pelaku Usaha B menaikkan harga produknya dari Rp90.000,- menjadi Rp95.000,-, maka algoritma Pelaku Usaha A juga akan otomatis menyesuaikan harga produknya menjadi Rp95.000,-.

Apabila digambarkan, ilustrasi tersebut dapat menjadi skema seperti berikut:⁸⁴



Gambar 1. Skema Perjanjian Penetapan Harga oleh Algoritma

harga dilakukan untuk meniadakan persaingan harga. Jika persaingan usaha ditiadakan melalui perjanjian penetapan harga, maka para pelaku usaha cenderung

⁸⁴ Hartono, Rosyadi, dan Nugraha.

akan memasang harga di atas kewajaran demi memperoleh keuntungan maksimal. Kenaikan harga pun belum tentu diikuti dengan peningkatan kualitas dari barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Tentu hal tersebut akan merugikan konsumen karena mereka tidak memiliki pilihan harga sehingga terpaksa harus membeli produk dan/atau jasa dengan harga yang lebih tinggi dari yang seharusnya.

Larangan perjanjian harga sendiri telah diatur dalam Pasal 5 ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang berbunyi “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.”⁸⁵ Regulasi pelarangan tersebut bersifat *per se illegal* karena menggunakan frasa “dilarang” tanpa diikuti frasa “yang mengakibatkan...”. Dengan demikian, Pelaku usaha dapat dinyatakan melanggar Pasal 5 ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 jika terbukti melakukan perjanjian penetapan harga, tanpa harus membuktikan tindakan tersebut dapat mengakibatkan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) telah menerbitkan Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pedoman tersebut menegaskan bahwa Pasal 5 ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 mengatur larangan kolusi penetapan harga melalui sebuah perjanjian. Adapun bentuk-bentuk penetapan harga yang secara umum dilarang, antara lain:⁸⁶

- a. Kesepakatan menaikkan atau menurunkan harga;
- b. Kesepakatan memakai suatu formula standart sebagai dasar perhitungan harga;

⁸⁵ Pasal 5 ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

⁸⁶ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

- c. Kesepakatan memelihara suatu perbandingan tetap antara harga yang dipersaingkan dengan suatu produk tertentu;
- d. Kesepakatan meniadakan diskon atau membuat keseragaman diskon;
- e. Kesepakatan persyaratan pemberian kredit kepada konsumen;
- f. Kesepakatan meniadakan produk yang ditawarkan dengan harga murah di pasar sehingga membatasi pasokan dan memelihara harga tinggi;
- g. Persetujuan kepatuhan pada harga yang diumumkan;
- h. Kesepakatan tidak menjual bila harga yang disetujui tidak dipenuhi;
- i. Kesepakatan menggunakan harga yang seragam sebagai langkah awal untuk negosiasi;

Perjanjian merupakan komponen utama dalam pemenuhan Pasal 5 ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999. Tanpa adanya perjanjian, maka kesamaan harga antar pelaku usaha tidak dapat dikatakan melanggar pasal tersebut. Sementara itu, akan menjadi tantangan tersendiri dalam membuktikan adanya perjanjian penetapan harga yang dilakukan oleh algoritma. Algoritma biasanya beroperasi secara otomatis dan tidak transparan, sehingga *hard evidence* (bukti langsung) seperti rekaman percakapan, surat, dokumen, dan bukti nyata lainnya tentu akan sulit ditemukan. Kemungkinan, bukti yang ditemukan hanya bersifat *circumstantial evidence* (bukti tidak langsung) seperti bukti ekonomi. Namun, penggunaan bukti tidak langsung harus didukung dengan *plus factor* (analisis tambahan) untuk dapat menjadi barang bukti berupa petunjuk sebagaimana dimaksud pada Pasal 42 Undang-undang No. 5 tahun 1999.⁸⁷ Sementara itu, penerapan bukti tidak langsung masih menghadapi banyak problematika karena rentan terhadap kesalahan dalam pembuktian.

Berdasarkan problematika tersebut, diperlukan regulasi *ex-ante* untuk mengatasi kesulitan dalam pembuktian perjanjian harga yang disebabkan oleh pemanfaatan algoritma harga. Regulasi *ex-ante* adalah upaya hukum preventif yang diterapkan sebelum suatu kegiatan dilakukan, bertujuan untuk mencegah terjadinya

⁸⁷ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

pelanggaran.⁸⁸ Pembentukan aturan *ex-ante* tersebut bertujuan agar KPPU memiliki informasi yang cukup mengenai algoritma harga yang akan digunakan oleh para pelaku usaha. Hal ini meliputi transparansi bagaimana algoritma harga bekerja, termasuk logika dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penetapan harga. Dengan adanya regulasi *ex-ante* tersebut, ketentuan pembuktian dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 dan Peraturan KPPU bisa lebih akomodatif dan memberikan kepastian hukum dalam menghadapi pelanggaran perjanjian penetapan harga melalui algoritma harga.

Permasalahan lain akibat penyalahgunaan algoritma juga berpotensi menimbulkan diskriminasi terhadap pedagang PMSE. Hal ini terjadi ketika algoritma pada suatu *platform* digunakan untuk merekomendasikan atau mengarahkan konsumen pada produk atau pedagang tertentu secara manipulatif. Hal ini lazimnya dapat dilakukan jika *platform* tersebut memiliki posisi dominan atau setidaknya memiliki posisi yang kuat di dalam pasar relatif dibandingkan dengan mitranya.⁸⁹ Sebagai contoh, pada *platform marketplace*, pedagang yang membayar biaya tambahan kepada *marketplace* bisa mendapatkan keuntungan dari sistem rekomendasi algoritma yang lebih sering menampilkan produk mereka kepada konsumen. Sementara itu, pedagang lain yang tidak membayar biaya tambahan mungkin mengalami kerugian kompetitif karena kurangnya visibilitas.

Larangan diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu diatur dalam Pasal 19d Undang-undang No. 5 Tahun 1999, bahwa “Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa: d. melakukan praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.”⁹⁰ Selanjutnya, pada Pasal 25 ayat (1) juga telah mengatur larangan pelaku usaha menggunakan posisi dominannya untuk: “a. menetapkan syarat-syarat perdagangan

⁸⁸ Azis Shahibbul, “Perlindungan Hukum Pelanggan Aset Kripto Atas Potensi Terjadinya Praktik Monkey Business Dalam Transaksi Kripto Di Bursa Komoditi” 10, no. 1 (2023): 18–36.

⁸⁹ Sih Yuliana Wahyuningtyas, “Dampak Persaingan Bisnis Platform Dengan Menggunakan Privacy Policy Tying.”

⁹⁰ Pasal 19d Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

dengan tujuan untuk mencegah dan/atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan/atau jasa yang bersaing dari segi harga maupun kualitas; atau b. membatasi pasar dan pengembangan teknologi; atau c. menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar yang bersangkutan.”⁹¹

Meskipun telah terdapat regulasi larangan diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu dan penyalahgunaan posisi dominan, namun regulasi tersebut belum mengakomodir penggunaan algoritma yang tidak hanya mencakup hambatan pelaku usaha, penetapan syarat perdagangan dan membatasi pasar, namun juga meliputi informasi yang transparans tentang bagaimana rekomendasi produk dibuat, serta bagaimana menciptakan persaingan yang setara bagi pelaku usaha.

Salah satu isu penting lainnya yang berkaitan dengan penggunaan algoritma dalam konteks persaingan usaha tidak sehat adalah adanya diskriminasi harga melalui pengkodean data pribadi. Dalam menentukan harga produk yang ditawarkan, algoritma harga menganalisis dan memanfaatkan berbagai informasi yang dikumpulkan, termasuk data pribadi konsumen. Algoritma harga dapat secara otomatis menetapkan harga yang berbeda untuk setiap konsumen atas produk atau jasa yang sama berdasarkan informasi yang dimiliki setiap-tiap konsumen.⁹² Mekanisme penetapan harga seperti ini tentu mengakibatkan diskriminasi harga terhadap beberapa konsumen tertentu.

Sebagai contoh, algoritma yang mengetahui bahwa seseorang cenderung lebih mampu membayar, maka algoritma tersebut akan mengenakan harga yang lebih tinggi kepada individu tersebut. Selain itu, algoritma juga dapat mengamati perilaku konsumen (misalnya, seberapa sering mereka mencari produk tertentu), kemudian algoritma akan menyesuaikan harga berdasarkan informasi ini. Dengan begitu, memungkinkan untuk algoritma mengenakan harga yang berbeda untuk

⁹¹ Pasal 25 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

⁹² Muhammad Aqshal Arsyah, Muhammad Hamzah Al Faruq, and Dic Glenn Andre Kriss Tanny, “Rekomendasi Kebijakan Hukum Persaingan Usaha: Analisis Implikasi Penggunaan Data Pribadi Dalam Penerapan Algorithmic Pricing Pada Era Ekonomi Digital” (Universitas Gadjah Mada, 2020).

konsumen yang berbeda, tergantung pada riwayat pembelian atau aktivitas *online* mereka

Pengaturan mengenai larangan diskriminasi harga tertuang dalam Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, yang berbunyi “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama.”⁹³ Akan tetapi, pengaturan diskriminasi harga yang dilarang pada ketentuan tersebut masih terbatas pada diskriminasi harga yang dilakukan melalui perjanjian antar pelaku usaha. Ini berarti bahwa Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tidak bisa digunakan sebagai landasan hukum dalam praktik diskriminasi harga oleh algoritma, karena diskriminasi harga oleh algoritma tidak ditetapkan melalui perjanjian dengan pelaku usaha lain, melainkan dilakukan secara individual.

Diskriminasi harga merupakan konsekuensi yang timbul dari pemrosesan data pribadi konsumen oleh pelaku usaha. Pemrosesan data pribadi diatur dalam Pasal 16 Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi yang meliputi kegiatan pengumpulan, penggunaan, penyimpanan, penghancuran, dan perlindungan data yang terkait dengan individu yang dapat diidentifikasi. Selain itu, bahwa setiap pemrosesan data harus dilakukan dengan prinsip keadilan, legalitas, dan transparansi. Pengendali data harus memastikan bahwa data pribadi diproses dengan tujuan yang jelas dan sah, serta memperoleh persetujuan dari subjek data sebelum pemrosesannya. Pengendali data juga wajib memberikan informasi kepada subjek data tentang pemrosesan yang dilakukan, termasuk hak subjek data untuk mengakses, memperbaiki, memperbarui, atau menghapus data pribadi mereka.

Pada praktiknya, *platform* PMSE terkadang tidak menyediakan pilihan atas penggunaan data pribadi konsumen. Konsumen biasanya dihadapkan pada pilihan “*take it or leave it*” dan harus menyetujui persyaratan yang diberikan atau jika tidak

⁹³ Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

menyetujui, maka pengguna tidak dapat menggunakan layanan pada *platform* tersebut. Meskipun opsi ramah privasi seringkali tidak ditawarkan, namun di sisi lain, konsumen juga tidak terlalu menekankan akan hal tersebut. Sehingga, tidak mengherankan jika banyak konsumen tidak tau sejauh mana data pribadi mereka dikumpulkan, diproses, bahkan diberikan kepada pihak ketiga.

Melihat persoalan tersebut, perlu dibuat regulasi tambahan yang spesifik mengatur tentang diskriminasi harga akibat penggunaan algoritma harga, mengingat Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 yang tidak relevan dengan praktik diskriminasi harga oleh algoritma. Dalam konteks perlindungan data konsumen, perlu regulasi yang mengatur terkait penyediaan opsi bagi konsumen untuk memilih tingkat pengumpulan data yang mereka rasa nyaman, termasuk opsi untuk tidak berpartisipasi dalam pengumpulan data sama sekali.

Tabel 1.
Kelemahan Hukum Positif Indonesia terkait Penggunaan Algoritma dalam Persaingan Usaha PMSE

No.	Regulasi yang berlaku saat ini	Kelemahan regulasi
1.	Pasal 5 Undang-undang No. 5 Tahun 1999: <i>“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.”</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak memberikan kepastian hukum karena akan sulit untuk membuktikan perjanjian penetapan harga yang dilakukan oleh algoritma - Belum ada upaya hukum preventif yang mengatur transparansi cara kerja algoritma harga sebelum dioperasikan dalam PMSE.
2.	Pasal 19d Undang-undang No. 5 Tahun 1999: <i>“Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Belum ada upaya hukum preventif yang mengatur transparansi cara kerja algoritma dalam memberikan rekomendasi terhadap konsumen.

	<i>persaingan usaha tidak sehat berupa: d. melakukan praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.”</i>	
3.	Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999: <i>“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama.”</i>	- Belum mengatur mengenai praktik diskriminasi harga oleh algoritma (diskriminasi harga yang dilakukan secara individual)
4.	Pasal 16 Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi	- Belum mengatur terkait penyediaan opsi kepada konsumen terhadap penggunaan data pribadi tertentu.

Sumber: Diolah penulis, 2024

Pengaturan Pemanfaatan Teknologi Algoritma yang Ideal pada Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha

Penggunaan algoritma dalam persaingan usaha PMSE sudah mulai meluas secara global, termasuk di Indonesia. Algoritma menjadi fondasi teknologi yang memungkinkan PMSE berkembang dan memberikan dampak yang signifikan dalam aspek persaingan usaha. Perkembangan penggunaan algoritma dalam PMSE mengharuskan pemerintah secara dinamis memperbarui ketentuan peraturan perundang-undangan guna mempertahankan relevansi dan mempersiapkan pengaturan hukum yang ideal. Dalam upaya tersebut, identifikasi terhadap sejumlah problematika menjadi aspek penting yang dapat ditelaah secara komprehensif dengan pendekatan solusi. Selain itu, perbandingan dengan ketentuan-ketentuan di negara lain dapat dipertimbangkan untuk membantu proses pembentukan aturan hukum yang mengakomodasi perkembangan algoritma PMSE dalam aspek persaingan usaha.

Keberhasilan suatu aturan hukum sangat bergantung pada kualitas substansi hukumnya. Substansi hukum yang memberikan panduan yang jelas dan tegas

mengenai hak dan kewajiban, sanksi yang tegas serta memberikan landasan yang adil tentu dibutuhkan di dalam suatu aturan hukum.⁹⁴ Kejelasan dan ketegasan substansi hukum akan memberikan kepastian hukum, yang merupakan elemen kritis dalam menjaga keteraturan dalam masyarakat. Kepastian hukum juga berarti bahwa keberadaan peraturan membuat setiap individu mengetahui apa yang menjadi hak dan kewajibannya serta mengetahui perbuatan apa yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan.⁹⁵

Dalam konteks permasalahan perjanjian penetapan harga melalui algoritma, penting untuk mengambil langkah *ex-ante* atau upaya hukum preventif, mengingat cara kerja sistem algoritma yang kompleks dan tidak transparan. Hal ini diperlukan karena kesulitan yang mungkin dihadapi dalam menghimpun *hard evidence* (bukti langsung) jika terjadi dugaan praktik perjanjian penetapan harga oleh algoritma di antara para pelaku usaha. Dalam *status a quo*, menetapkan apakah seseorang melakukan perjanjian penetapan harga yang hanya berdasarkan *circumstantial evidence* (bukti tidak langsung) memang berada dalam wilayah yang tidak pasti. Hal ini dikarenakan, apabila hanya berlandaskan pada bukti ekonomi atau komunikasi (yang tidak secara langsung menyatakan kesepakatan) saja, tentu tidak memenuhi bukti minimum sebagaimana diatur dalam Pasal 42 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 jo. Pasal 45 Peraturan KPU No. 1 Tahun 2019.⁹⁶ Dengan begitu, akan sulit untuk membuktikan adanya perjanjian penetapan harga melalui algoritma jika hanya mengacu pada Pasal 5 Undang-undang No. 5 Tahun 1999.

Dari sisi regulasi, perkembangan hukum di China dapat menjadi bahan acuan untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas pelaku usaha selaku pengguna algoritma. Peraturan Manajemen Rekomendasi Algoritma Layanan Informasi Internet China (2022) menetapkan bahwa penggunaan algoritma harus mendapatkan lisensi sebelum dioperasikan. Selain itu, *platform* diwajibkan untuk

⁹⁴ Egidius Taimenas, "Substansi Hukum Perundang-Undangan Harus Dipastikan Bersifat Komprehensif" 6 (2022): 872–79.

⁹⁵ Pandu Akram, "Pengertian Kepastian Hukum Secara Umum Dan Pendapat Para Ahli," Gramedia Blog, 2021, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-kepastian-hukum/>.

⁹⁶ Pasal 42 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

secara berkala mengaudit dan mengevaluasi algoritma mereka untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan mengidentifikasi potensi risiko atau masalah.

Pendekatan ini dapat diterapkan untuk mengatur penggunaan algoritma oleh para pelaku usaha PMSE di Indonesia. Pelaku usaha PMSE dalam menggunakan algoritma diharuskan melakukan *self-assessment* (pelaporan mandiri) kepada KPPU mengenai cara kerja algoritma harga yang akan digunakan, terutama dalam konteks penetapan harga yang tidak boleh didasarkan pada harga pesaing. Selain itu, diperlukan juga aturan mengenai *sandbox* (ekosistem buatan) yang disiapkan oleh KPPU, yang memungkinkan para pelaku usaha untuk melakukan simulasi atau uji coba algoritma harga milik mereka sebelum diterapkan di pasar yang sesungguhnya. Setelah algoritma dinyatakan boleh beroperasi dalam pasar oleh KPPU, pelaku usaha juga diharuskan untuk melakukan audit secara mandiri terhadap algoritma yang digunakan, setidaknya sekali dalam setahun. Dengan demikian, KPPU dapat mengontrol implementasi algoritma harga dan dapat menghentikan penggunaannya jika ada potensi pelanggaran berupa perjanjian penetapan harga.

Selanjutnya, permasalahan mengenai penggunaan algoritma rekomendasi juga perlu diatur lebih lanjut guna memastikan tidak menimbulkan diskriminasi terhadap pedagang tertentu. Jika melihat regulasi yang ada di China dan Uni Eropa, penggunaan algoritma rekomendasi telah mendapatkan perhatian khusus dan diatur secara spesifik. Peraturan Manajemen Rekomendasi Algoritma Layanan Informasi Internet China (2022) menerapkan prinsip keterbukaan informasi dalam penggunaan algoritma rekomendasi. Peraturan tersebut mengatur kewajiban suatu *platform* untuk memberikan informasi yang jelas tentang prinsip-prinsip dasar, tujuan, dan mekanisme operasi dari algoritma rekomendasi mereka kepada publik. Ini mencakup penjelasan tentang bagaimana algoritma memproses data dan menghasilkan rekomendasi.⁹⁷ Selain itu, AUCL melarang penggunaan algoritma untuk mempengaruhi pilihan pengguna dan menghalangi atau menyabotase produk

⁹⁷ Peraturan Manajemen Rekomendasi Algoritma Layanan Informasi Internet Tiongkok (2022).

atau layanan internet pelaku usaha lain.⁹⁸ Sementara itu, dalam DMA dijelaskan bahwa *getkeeper* dilarang memberi peringkat pada produknya sendiri lebih tinggi dari produk pedagang lain tanpa alasan yang dapat dibenarkan.⁹⁹

Aturan-aturan tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam menyusun aturan penggunaan algoritma rekomendasi dalam persaingan usaha di Indonesia. *Platform* PMSE yang menggunakan algoritma untuk merekomendasikan produk atau pedagang kepada konsumen harus memastikan bahwa algoritma tersebut bersifat netral dan beroperasi secara adil. Setiap pedagang yang menjadi mitra sebuah *platform* PMSE harus memiliki akses yang adil dan setara untuk memastikan bahwa mereka dapat bersaing secara adil berdasarkan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan.

Akses yang adil berarti setiap pedagang memiliki kesempatan yang sama untuk menggunakan fitur-fitur *platform* dan menampilkan produk mereka kepada konsumen. Ini termasuk kesempatan untuk mendaftar dan mempromosikan produk tanpa diskriminasi atau hambatan yang tidak adil. Selain itu, akses yang setara juga berarti bahwa *platform* tidak boleh memberikan perlakuan khusus atau keuntungan tertentu kepada pedagang tertentu. Penting juga bagi pedagang untuk mendapatkan informasi jika ada perubahan dalam algoritma yang dapat mempengaruhi visibilitas pedagang. Selain itu, pedagang yang merasa dirugikan oleh algoritma tertentu berhak untuk mengajukan banding atau protes kepada *platform* PMSE. Jika banding atau protes tidak diselesaikan secara memuaskan, pedagang berhak mengajukan keluhan kepada otoritas pengawas.

Permasalahan penyalahgunaan algoritma lainnya yaitu mengenai potensi adanya diskriminasi harga terhadap konsumen. Larangan diskriminasi harga tertuang dalam Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, yang berbunyi “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama.”¹⁰⁰ Namun, diskriminasi harga yang

⁹⁸ Draft Amandemen Undang-undang Anti Persaingan Usaha (AUCL).

⁹⁹ Digital Markets Act.

¹⁰⁰ Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

dilarang pada pasal tersebut masih terbatas pada diskriminasi harga yang dilakukan melalui perjanjian antar pelaku usaha. Sementara itu, diskriminasi harga oleh algoritma dilakukan secara individual. Sehingga, perlu regulasi yang spesifik mengatur terkait diskriminasi harga terhadap konsumen oleh algoritma (yang dilakukan secara individual).

Jika melihat draft Amandemen AUCL di China, terdapat peraturan terkait diskriminasi terhadap konsumen, yang melarang pelaku usaha menggunakan algoritma untuk menganalisis preferensi pengguna, kebiasaan perdagangan, dan karakteristik lainnya dengan tujuan menerapkan perlakuan atau kondisi perdagangan yang tidak wajar.¹⁰¹ Amandemen ini sejalan dengan Undang-undang Perlindungan Informasi Pribadi Republik Rakyat China, yang mengharuskan pengambilan keputusan otomatis tidak boleh menyebabkan perlakuan berbeda yang tidak wajar terhadap individu.¹⁰² Selanjutnya, dalam Peraturan Manajemen Rekomendasi Algoritma Layanan Informasi Internet China (2022), juga telah diatur mengenai hak subjek data pribadi, di mana pengguna diberikan pilihan untuk menonaktifkan layanan rekomendasi berbasis algoritma.¹⁰³ Pengguna juga harus dapat memilih untuk tidak dimasukkan dalam profil yang dibuat oleh algoritma. Selain itu, jika pengguna menerima keputusan yang dibuat oleh algoritma yang berdampak signifikan, mereka berhak untuk mendapatkan penjelasan tentang bagaimana keputusan tersebut diambil.

Dalam mencegah terjadinya diskriminasi harga terhadap konsumen akibat penggunaan algoritma, pemerintah Indonesia dapat mempertimbangkan untuk mengadopsi aturan yang diterapkan di China. Pelaku usaha yang menggunakan algoritma harga harus memberikan transparansi yang cukup kepada konsumen mengenai proses penetapan harga tersebut. Dilarang bagi algoritma untuk menetapkan harga berdasarkan data pribadi konsumen, riwayat pembelian, atau karakteristik pribadi lainnya yang dapat menimbulkan diskriminasi. Selain itu, diperlukan juga aturan yang menjamin hak konsumen atas data pribadi mereka,

¹⁰¹ Draft Amandemen Undang-undang Anti Persaingan Usaha (AUCL).

¹⁰² Undang-Undang Perlindungan Informasi Pribadi Tiongkok (PIPL)

¹⁰³ Peraturan Manajemen Rekomendasi Algoritma Layanan Informasi Internet Tiongkok (2022).

dengan memberikan pilihan untuk tidak menerima personalisasi harga berdasarkan data pribadi atau riwayat pembelian mereka.

Menurut peneliti, pengaturan yang ideal mengenai penggunaan algoritma dalam konteks persaingan usaha dalam PMSE pada dasarnya menekankan pada aturan yang bersifat *ex-ante* (preventif). Salah satu pendekatan preventif yang penting adalah transparansi dalam penggunaan algoritma. Transparansi ini meliputi kewajiban bagi pelaku usaha untuk menjelaskan secara terbuka cara kerja algoritma dalam PMSE, baik itu dalam penetapan harga maupun memberikan rekomendasi terhadap konsumen. Dengan memberikan informasi yang jelas kepada otoritas yang berwenang, seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), pelaku usaha dapat memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan menjaga integritas persaingan usaha.

Transparansi juga perlu disampaikan kepada konsumen atau mitra untuk memastikan bahwa hak-hak mereka terjamin. Informasi yang jelas tentang penggunaan algoritma dalam penetapan harga atau rekomendasi produk membantu konsumen memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman belanja mereka. Hal ini juga penting bagi mitra atau pihak yang bekerja sama dengan pelaku usaha untuk memastikan bahwa mereka tidak menjadi korban dari praktik yang tidak adil atau tidak transparan yang dilakukan oleh algoritma. Dengan memberikan transparansi kepada konsumen dan mitra, pelaku usaha tidak hanya memenuhi kewajiban hukum dan etika yang baik, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas dalam hubungan bisnis mereka.

Penting juga memberikan sanksi yang tegas terhadap pelaku usaha yang menyalahgunakan algoritma dalam PMSE sehingga menciptakan persaingan usaha tidak sehat. Oleh karena itu, diperlukan penegakan hukum yang ketat melalui denda finansial yang signifikan, pembatasan operasi bisnis, atau bahkan pencabutan izin usaha bagi mereka yang terbukti melakukan pelanggaran ini. Sanksi tersebut harus menimbulkan efek jera yang kuat serta memberikan pemahaman kepada pelaku usaha tentang pentingnya menjaga persaingan usaha yang sehat dan beretika.

Tabel 2.

Pengaturan Pemanfaatan Algoritma pada PMSE yang Ideal

No.	Regulasi saat ini	Regulasi yang ideal
1.	Secara umum, belum ada aturan spesifik yang mengatur penggunaan algoritma pada PMSE dalam konteks persaingan usaha.	<p>Perlu adanya substansi aturan yang mencakup transparansi, mekanisme pengawasan, termasuk penerapan sanksi yang signifikan terhadap pelanggaran. Selain itu, aturan tersebut harus dirancang untuk memberikan edukasi dan pemahaman kepada pelaku usaha tentang pentingnya menjaga persaingan yang sehat dan etis. Substansi aturan tersebut kurang lebih berisi:</p> <ol style="list-style-type: none">(1) Para pelaku usaha wajib melakukan <i>self-assessment</i> atau pelaporan mandiri kepada KPPU mengenai cara kerja algoritma yang akan digunakan.(2) Pelaku usaha wajib untuk melakukan simulasi atau uji coba algoritma menggunakan <i>sandbox</i> (ekosistem buatan) yang telah disiapkan KPPU sebelum algoritma tersebut dioperasikan.(3) Pelaku usaha wajib melakukan audit independen terhadap algoritma yang digunakan, dengan frekuensi sekurang-kurangnya satu kali dalam setahun.(4) KPPU berwenang untuk mengontrol dan mengawasi penggunaan algoritma, dan menghentikan penggunaannya jika ada potensi melanggar persaingan usaha.(5) Sanksi yang dikenakan kepada pelaku usaha apabila terbukti melakukan penyalahgunaan algoritma dalam PMSE yang berakibat persaingan usaha tidak sehat berupa:<ol style="list-style-type: none">a. Denda finansial yang signifikan kepada pelaku usaha.

		<p>b. Membatasi atau menghentikan sementara operasi pelaku usaha.</p> <p>c. Mencabut izin usaha bagi pelaku yang berulang kali melakukan pelanggaran serius.</p> <p>d. Memaksa pelaku usaha yang melanggar untuk memberikan kompensasi kepada pihak-pihak yang dirugikan, baik konsumen, mitra, atau pesaing.</p> <p>e. Mengharuskan pelaku usaha untuk mengikuti program pelatihan dan sertifikasi ulang terkait regulasi persaingan usaha dan penggunaan algoritma.</p>
2.	<p>Larangan perjanjian penetapan harga saat ini diatur dalam Pasal 5 Undang-undang No. 5 Tahun 1999:</p> <p><i>“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.”</i></p>	<p>Perlu tambahan substansi aturan dalam mengatur penetapan harga oleh algoritma PMSE. Substansi aturan tersebut kurang lebih berisi:</p> <p>(1) Algoritma harga dilarang mengacu secara langsung pada harga pesaing untuk menetapkan harga produk dan/atau jasa</p> <p>(2) Algoritma tidak boleh mengatur harga berdasarkan instruksi dari pihak ketiga yang mungkin memiliki kepentingan untuk mengoordinasikan harga di antara berbagai pelaku usaha di pasar.</p>
3.	<p>Larangan diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu saat ini diatur dalam Pasal 19d Undang-undang No. 5 Tahun 1999:</p> <p><i>“Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat</i></p>	<p>Perlu tambahan substansi aturan dalam mengatur diskriminasi terhadap pelaku usaha yang disebabkan oleh algoritma PMSE. Substansi aturan tersebut kurang lebih berisi:</p> <p>(1) Algoritma pada platform PMSE dilarang merekomendasikan produk atau pedagang kepada konsumen secara manipulatif yang menimbulkan diskriminasi terhadap pedagang tertentu.</p>

	<i>berupa: d. melakukan praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.”</i>	<p>(2) <i>Algoritma pada platform PMSE tidak boleh secara tidak adil memperlakukan pedagang dalam platform tersebut berdasarkan karakteristik yang tidak relevan atau tidak sah yang menimbulkan diskriminasi terhadap pedagang tertentu.</i></p> <p>(3) <i>Platform PMSE wajib memberikan informasi jika ada perubahan dalam algoritma yang dapat mempengaruhi visibilitas pedagang.</i></p>
4.	<p>Larangan diskriminasi harga terhadap konsumen diatur dalam Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999:</p> <p><i>“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama.”</i></p>	<p>Perlu tambahan substansi aturan dalam mengatur diskriminasi harga terhadap konsumen yang disebabkan oleh algoritma PMSE. Substansi aturan tersebut kurang lebih berisi:</p> <p><i>Dilarang bagi algoritma untuk menetapkan harga berdasarkan data pribadi konsumen, riwayat pembelian, atau karakteristik pribadi lainnya yang dapat menimbulkan diskriminasi harga terhadap konsumen.</i></p>
5.	<p>Terkait penggunaan data pribadi diatur dalam Pasal 16 Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi yang meliputi kegiatan pengumpulan, penggunaan, penyimpanan, penghancuran, dan perlindungan data yang terkait dengan individu yang dapat diidentifikasi</p>	<p>Perlu tambahan substansi aturan untuk melindungi hak konsumen atas data pribadi mereka dan mencegah terjadinya diskriminasi harga terhadap konsumen, Substansi aturan tersebut kurang lebih berisi:</p> <p><i>Penyedia sistem elektronik wajib memberikan opsi bagi subjek data pribadi untuk memilih tingkat pengumpulan data yang mereka rasa nyaman, termasuk opsi untuk tidak berpartisipasi dalam pengumpulan data sama sekali.</i></p>

Sumber: Diolah penulis, 2024

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hukum positif yang berlaku di Indonesia saat ini masih memiliki kelemahan dalam mengatur pemanfaatan algoritma pada PMSE, terutama dalam aspek persaingan usaha. Kelemahan tersebut antara lain:
 - a. Larangan perjanjian penetapan harga dalam Pasal 5 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat belum memberikan kepastian hukum terhadap pembuktian pelanggaran perjanjian penetapan harga yang dilakukan oleh algoritma dalam PMSE.
 - b. Pasal 19d Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terkait larangan diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu belum menjamin transparansi cara kerja algoritma dalam memberikan rekomendasi kepada konsumen secara adil dan tidak manipulatif.
 - c. Larangan diskriminasi harga terhadap konsumen dalam Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak bisa dijadikan dasar hukum praktik diskriminasi harga terhadap konsumen yang dilakukan oleh algoritma.
 - d. Pasal 16 Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi belum mengatur mengenai penyediaan opsi kepada konsumen terhadap penggunaan data pribadi tertentu.
2. Dari hasil penelitian, maka pengaturan pemanfaatan algoritma pada PMSE dalam prespektif hukum persaingan usaha yang ideal yaitu sebagai berikut:
 - a. Menambahkan aturan yang dapat mendorong transparansi dalam penggunaan algoritma dan meningkatkan akuntabilitas pelaku usaha sebagai pengguna algoritma. Aturan tersebut mencakup mekanisme pelaporan dan audit mandiri, pengawasan ketat, serta penerapan sanksi tegas terhadap pelanggaran persaingan usaha yang disebabkan oleh penggunaan algoritma.

- b. Menambahkan aturan dalam mengatur penetapan harga oleh algoritma PMSE, termasuk larangan bagi algoritma harga untuk mengacu langsung pada harga pesaing dan larangan pengaturan harga berdasarkan instruksi dari pihak ketiga yang memiliki kepentingan dalam koordinasi harga di pasar.
- c. Menambahkan aturan untuk mengatur diskriminasi oleh algoritma PMSE, termasuk larangan rekomendasi produk atau pedagang secara manipulatif, larangan perlakuan tidak adil terhadap pedagang berdasarkan karakteristik yang tidak relevan, dan kewajiban platform PMSE untuk memberikan informasi tentang perubahan algoritma yang mempengaruhi visibilitas pedagang.
- d. Menambahkan aturan yang mengatur diskriminasi harga oleh algoritma PMSE, termasuk larangan penetapan harga berdasarkan data pribadi, riwayat pembelian, atau karakteristik pribadi konsumen.
- e. Menambahkan aturan tentang perlindungan data pribadi untuk melindungi data pribadi konsumen dan mencegah diskriminasi harga, dengan mewajibkan penyedia sistem elektronik memberikan opsi bagi konsumen untuk memilih tingkat pengumpulan data atau menolak pengumpulan data sepenuhnya.

Saran

1. Sebaiknya pemerintah perlu memperbarui undang-undang yang ada dengan mempertimbangkan penyempurnaan atau penambahan aturan yang lebih spesifik dan adaptif dengan perkembangan teknologi PMSE saat ini, sambil memperkuat pengawasan dan memberikan kejelasan terhadap ketentuan yang berlaku. Pelaku usaha perlu lebih aktif menerapkan prinsip-prinsip etika dalam menggunakan algoritma, sementara masyarakat sebagai konsumen perlu meningkatkan kesadaran terhadap hak privasi data dan transparansi dalam penggunaan teknologi ini. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis yang lebih adil, inovatif, dan menyeluruh bagi semua pihak yang terlibat.

2. Terkait pembaruan regulasi yang ada, pemerintah dapat berfokus pada beberapa langkah kunci. Pertama, mereka harus memperkuat kerangka regulasi untuk memasukkan persyaratan transparansi yang lebih ketat dalam penggunaan algoritma, serta meningkatkan akuntabilitas pelaku usaha terkait dengan keputusan yang diambil oleh algoritma. Kedua, pemerintah harus mengembangkan panduan yang jelas dan *up-to-date* untuk mengatur penggunaan algoritma, dengan mempertimbangkan perlindungan data pribadi dan mengurangi risiko diskriminasi terhadap pelaku usaha. Ketiga, mereka perlu mempromosikan kolaborasi lintas-sektor antara regulator, industri, dan akademisi untuk mempercepat pemahaman dan respon terhadap tantangan yang dihadapi oleh teknologi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Garner, Bryan A. *Black's Law Dictionary*. United State of Amerika: west Publishing, 2014.
- Hermansyah. *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. 2nd ed. Jakarta: Prenada Media, 2009.
- Marzuki, Mahmud. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.
- Siswanto, Arie. *Hukum Persaingan Usaha*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.
- Soekanto, Soerjono, and Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001.
- Wali, Muhammad, and dkk. *Penerapan & Implementasi Big Data Di Berbagai Sektor (Pembangunan Berkelanjutan Era Industri 4.0 Dan Society 5.0)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Jurnal

- Althea Serafim Kriswandar. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2024. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/480>.
- Arsyah, Muhammad Aqshal, Muhammad Hamzah Al Faruq, and Dic Glenn Andre Kriss Tanny. "Rekomendasi Kebijakan Hukum Persaingan Usaha: Analisis Implikasi Penggunaan Data Pribadi Dalam Penerapan Algorithmic Pricing Pada Era Ekonomi Digital." Universitas Gadjah Mada, 2020.
- Butarbutar, Russel, and Bernadete Nurmawati. "Perlindungan Data Pribadi

- Konsumen Pinjaman Online: Suatu Analisis.” *Eligible : Journal of Social Sciences* 2, no. 1 (2023): 181–92. <https://doi.org/10.53276/eligible.v2i1.66>.
- Cahaya, Ayuni Nilam, Amoury Adi Sudiro, and Fakultas Hukum Universitas Al-azhar. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen (Studi Informasi Flash Sale Menyebabkan Bagi Konsumen) Kasus T” 6, no. 3 (2024): 7839–49.
- Effendi, Basri. “Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat.” *Syiah Kuala Law Journal* 4, no. 1 (2020): 21–32. <https://doi.org/10.24815/sklj.v4i1.16228>.
- Fadillah, Muhammad Rizqy. “Urgensi Perlindungan Hukum Perdagangan Elektronik Dalam Perspektif Persaingan Usaha Di Indonesia.” *TIN: TERAPAN INFORMATIKA NUSANTARA* 4, no. 6 (2023): 389–94. <https://doi.org/10.47065/tin.v4i6.4591>.
- Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, and Suartini Suartini. “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen.” *Binamulia Hukum* 12, no. 1 (2023): 177–89. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.
- Hartono, Julienna, Julianda Rosyadi, and Xavier Nugraha. “Analisis Penggunaan Algoritma Harga Sebagai Bentuk Perjanjian Penetapan Harga Di Indonesia.” *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* 4, no. 1 (2021).
- Mahira, Dararida Fandra, Emilda Yofita, and Lisa Nur Azizah. “Consumer Protection System(CPS): Sistem Perlindungan Data Pribadi Konsumen Melalui Collaboration Concept.” *Jurnal Legislatif* 10, no. 1 (2022): 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>.
- Muhtar, Fathurrahman. “Abu Abdullah Ibn Musa Al-Khawarizmi (Pelopor Matematika Dalam Islam).” *Beta* Vol. 7, no. No. 2 (2014): 82–97.
- Muin, Indriani. “Perlindungan Data Pribadi Dalam Platform E-Commerce Guna Peningkatan Pembangunan Ekonomi Digital Indonesia.” *MJP Journal Law and Justice (MJPJLJ)* 1, no. 2 (2023): 81–91. <https://jurnalilmiah.co.id/index.php/MJPJLJ>.
- Nadine, Jessica Aurelia, Ikhwan Jauhar, Alifa Rizki Rahmarani, and Nur Aini Rakhmawati. “Analisis Pengaruh Profil Toko Resmi Smartphone Pada Situs E-Commerce Terhadap Tingkat Penjualan.” *Jurnal Sistem Dan Informatika (JSI)* 15, no. 1 (2020): 81–87. <https://doi.org/10.30864/jsi.v15i1.358>.
- OECD. “Algorithms and Collusion.” *OECD (2017), Algorithms and Collusion: Competition Policy in the Digital Age*, 2017, 1–66. www.oecd.org/competition/algorithms-collusion-competition-policy-in-the-digital-age.htm.

- Paterson, Moira, and Maeve McDonagh. "Data Protection in an Era of Big Data: The Challenges Posed by Big Personal Data." *Monash University Law Review* 44, no. 1 (2018): 1–31. https://www.monash.edu/__data/assets/pdf_file/0009/1593630/Paterson-and-McDonagh.pdf.
- Putri, Shabrina Zhafarina, Mochamad Hariadi, and Reza Fuad Rachmadi. "Rekomendasi Barang Pada E-Commerce Menggunakan Content Based Recommender System Berbasis Ethereum Blockchain." *Jurnal Teknik ITS* 12, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v12i2.115263>.
- Resha, M. "Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce Dan Media Sosial Sebagai Penunjang Pemasaran Produk UMKM Di Masa Pandemi Covid-19." *Journal of Training and Community ...* 2, no. 2 (2022). <https://jurnal.adpertisi.or.id/index.php/JTCSA/article/view/343>.
- Ria Setyawati, and Rayhan Adhi Pradana. "Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Pelaku Usaha Dominan Melalui Penggunaan Algoritma Harga." *UIR Law Review* 6, no. 2 (2023): 103–20. [https://doi.org/10.25299/uirlrev.2022.vol6\(2\).11750](https://doi.org/10.25299/uirlrev.2022.vol6(2).11750).
- Rizky Mangunsong, Annisa, Volvo Sihombing, and Ibnu Rasyid Munthe. "Pengembangan Sistem Rekomendasi Produk Berdasarkan Pola Pembelian Dengan Pendekatan Algoritma Apriori." *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi (JIKOMSI)* 7, no. 1 (2024): 82–86. <https://doi.org/10.55338/jikomsi.v7i1.2718>.
- Sari, Kurnia Ambar. "Integrasi Hukum Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Atas Data Pribadi Konsumen Pada Platform Digital." *UNES Law Review* 6, no. 1 (2023): 1936–47.
- Shofa, Mohamad Jihan, Wahyu Oktri Widyarto, Reza Wiliyanto, Alifia Mahirah, and Faisal Ibnu Firmansyah. "Strategi Digital Shelf Management UMKM Dengan Algoritma Apriori." *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri* 8, no. 2 (2022): 125. <https://doi.org/10.24014/jti.v8i2.19005>.
- Sih Yuliana Wahyuningtyas. "Dampak Persaingan Bisnis Platform Dengan Menggunakan Privacy Policy Tying." *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan* 14, no. 1 (2023): 85–104. <https://doi.org/10.1257/jep.14.1.43.2>.
- Silalahi, Nova Angelina. "Pembentukan Perangkat Kepatuhan Persaingan Usaha Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Kepatuhan Persaingan Usaha." *Jurnal Persaingan Usaha* 2, no. 1 (2022): 30–42. <https://doi.org/10.55869/kppu.v3i-.50>.
- Solikhin, Riyadus. "Perkembangan Dan Urgensi Penerapan Online Dispute Resolution (ODR) Dalam Penyelesaian Sengketa Perdagangan Elektronik Di

Indonesia.” *Padjadjaran Law Review* 11, no. 1 (2023): 66–80.
<https://doi.org/10.56895/plr.v11i1.1235>.

Taimenas, Egidius. “Substansi Hukum Perundang-Undangan Harus Dipastikan Bersifat Komprehensif” 6 (2022): 872–79.

Tanzil, Devina, and Kristianto P.H. Silalahi. “Pelindungan Data Pribadi Dalam Analisis Penyalahgunaan Posisi Dominan Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha.” *Gloria Justitia* 2, no. 1 (2022): 1–18.
<https://doi.org/10.25170/gloriajustitia.v2i1.3359>.

Ulya, Widadatul. “Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Dala Pemanfaatan Big Data Marketplace Di Indonesia.” *Jurnal Hukum Dan Dinamika Masyarakat* 20, no. 2 (2022): 15–29.

Widiantia, Emma, and Rif'atul Faizah. “Analisis Pemanfaatan E-Commercepada UMKM Yogyakarta Di Masa Pandemi Covid 19” 4, no. 1 (2024): 1–13.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56393/investasi.v4i1.2001>.

Wijaya, Temmy. “Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.” *Keadaban* 1 (2020): 22–35.

Yudha, M A. “Tanggung Jawab Penyedia Atas Keamanan Data Penggunaan Layanan Dalam Transaksi Online Melalui Tokopedia.” *Jurnal Notarius* 2, no. 1 (2023): 11–21.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/notarius/article/view/15886%0Ahttps://jurnal.umsu.ac.id/index.php/notarius/article/download/15886/9804>.

Website

Akram, Pandu. “Pengertian Kepastian Hukum Secara Umum Dan Pendapat Para Ahli.” Gramedia Blog, 2021. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-kepastian-hukum/>.

Deny, Septian. “Masih Digandrungi, Pengguna E-Commerce Indonesia Capai 196 Juta Di 2023.” *Liputan* 6, 2023.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5447108/masih-digandrungi-pengguna-e-commerce-indonesia-capai-196-juta-di-2023?page=3>.

Elena, Maria. “Top! Transaksi E-Commerce Capai Rp453,75 Triliun Sepanjang 2023.” *Bisnis.com*. Accessed March 17, 2024.
<https://finansial.bisnis.com/read/20240118/90/1733241/top-transaksi-e-commerce-capai-rp45375-triliun-sepanjang-2023>.

Komisi Persaingan Usaha. “Algoritma vs Persaingan Usaha,” 2021.
<https://kppu.go.id/blog/2021/03/algoritma-vs-persaingan-usaha/>.

Kristianti, Livia. “Ekonomi Digital Indonesia Siap Capai GMV Rp1,7 Kuadriliun Di 2025.” *Antara*, 2023.

<https://www.antaraneews.com/berita/3812142/ekonomi-digital-indonesia-siap-capai-gmv-rp17-kuadriliun-di-2025>.

Ritonga, Muhammad Waliyul Azman Nur. "Algoritma Machine Learning Pada Lelang.Go.Id." Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14997/ALGORITMA-MACHINE-LEARNING-pada-lelangoid.html>.

Yonatan, Agnes. "10 Produk Dengan Total Belanja Terbesar Di E-Commerce Indonesia." GoodStast, 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszefanyayonatan/10-produk-dengan-total-belanja-terbesar-di-e-commerce-indonesia-sZ7mY>.

Peraturan

Undang-undang Dasar 1945.

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Undang-undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Undang-undang No. 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.

Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik