

Perlindungan UMKM terhadap Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Ekosistem Ekonomi Digital

Nurasiah Harahap¹, Athaya Nazwa², Sylvia Ramadhany³

^{1,2,3} Universitas Islam Sumatera Utara

E-mail: nurasiah@fh.uisu.ac.id¹, thayaanzw55@gmail.com², rangkutisylvia27@gmail.com³

Article History:

Received: 09 Juli 2026

Revised: 15 Juli 2026

Accepted: 28 Juli 2026

Keywords:

UMKM,
Persaingan Usaha Tidak Sehat,
Ekonomi Digital, Perlindungan
Hukum

Abstract: Perkembangan ekonomi digital memberikan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas pasar dan meningkatkan akses terhadap konsumen. Namun, ketergantungan UMKM terhadap platform digital juga menimbulkan risiko terjadinya praktik persaingan usaha tidak sehat, seperti penguasaan pasar, diskriminasi, self-preferencing, dan predatory pricing. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap UMKM serta peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam mencegah praktik persaingan usaha tidak sehat pada ekosistem ekonomi digital. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum dianalisis secara deskriptif-analitis dengan mengkaji ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, khususnya Pasal 19, Pasal 20, dan Pasal 25, serta peraturan terkait perlindungan dan pemberdayaan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketentuan hukum persaingan usaha dapat digunakan untuk memberikan perlindungan terhadap UMKM dari tindakan penguasaan pasar, praktik jual rugi, diskriminasi, dan penyalahgunaan posisi dominan. Namun, karakteristik ekonomi digital berupa penguasaan data, algoritma, network effects, dan dominasi platform menimbulkan tantangan baru dalam penerapan hukum persaingan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pengawasan dan penegakan hukum oleh KPPU serta penyesuaian regulasi agar mampu mengikuti perkembangan model bisnis digital dan menjamin kesempatan bersaing yang adil bagi UMKM.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola kegiatan ekonomi dan perdagangan di Indonesia. Aktivitas perdagangan yang sebelumnya dilakukan melalui pasar fisik kini semakin banyak beralih ke ruang digital melalui marketplace, media sosial, aplikasi perdagangan, dan berbagai platform berbasis teknologi. Perubahan tersebut

memberikan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi pemasaran, serta memperoleh konsumen tanpa harus membangun jaringan usaha secara konvensional. Digitalisasi juga memungkinkan UMKM memanfaatkan sistem pembayaran elektronik, layanan logistik, promosi berbasis data, serta berbagai fasilitas yang disediakan oleh platform digital. Kurniasari dan Rahman (2023) menjelaskan bahwa keberadaan platform digital memberikan manfaat bagi UMKM dalam memperluas pasar dan membangun basis konsumen, tetapi pada saat yang sama dapat menimbulkan persoalan ketika platform yang memiliki kekuatan pasar menyalahgunakan posisi dominannya. Sementara itu, Nurfauziah et al. (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan marketplace dapat menjadi sarana untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui perluasan akses pemasaran.

Perkembangan tersebut pada dasarnya menempatkan UMKM sebagai salah satu kelompok usaha yang memperoleh manfaat besar dari transformasi ekonomi digital. UMKM tidak lagi sepenuhnya bergantung pada konsumen di wilayah geografis tertentu karena teknologi memungkinkan produk dipasarkan kepada konsumen dari berbagai daerah. Namun, keterlibatan UMKM dalam ekosistem digital juga menciptakan bentuk hubungan ekonomi baru yang berbeda dengan perdagangan konvensional. Pelaku UMKM tidak hanya berhubungan dengan konsumen, tetapi juga bergantung pada penyelenggara platform yang menentukan berbagai ketentuan mengenai penggunaan layanan, promosi, transaksi, pembayaran, biaya layanan, hingga mekanisme penayangan produk. Purcahyono (2025) menemukan bahwa UMKM dalam kontrak bisnis digital dapat menghadapi ketidakseimbangan posisi tawar dengan perusahaan yang mempunyai kekuatan ekonomi lebih besar, termasuk ketika berhubungan dengan platform marketplace. Rabah dan Ardiansyah (2023) juga menekankan pentingnya pembaruan pengaturan hubungan kemitraan agar hubungan antara UMKM dengan pelaku usaha yang lebih besar tidak menghambat pertumbuhan UMKM.

Persoalan tersebut menjadi lebih kompleks ketika platform digital mempunyai kekuatan pasar yang besar dan menjadi salah satu sarana utama bagi UMKM untuk memperoleh konsumen. Platform dengan jumlah pengguna yang besar dapat memperoleh keuntungan dari network effects, penguasaan data, algoritma, serta integrasi berbagai layanan dalam satu ekosistem. Kondisi tersebut dapat membuat pelaku UMKM semakin bergantung pada platform tertentu karena perpindahan ke platform lain belum tentu memberikan akses pasar dan jumlah konsumen yang sama. Hsb, Qinvi, dan Nabila (2025) menjelaskan bahwa karakteristik pasar digital tidak hanya ditentukan oleh pangsa pasar konvensional, tetapi juga oleh penguasaan data, efek jaringan, dan algoritma. Karakteristik tersebut dapat menyebabkan pelaku usaha tertentu mempunyai kekuatan pasar yang besar sehingga menimbulkan tantangan dalam menentukan pasar bersangkutan, membuktikan posisi dominan, dan mengidentifikasi bentuk penyalahgunaan dominasi.

Kekuatan platform tersebut tidak secara otomatis menunjukkan adanya pelanggaran hukum persaingan usaha. Platform digital tetap mempunyai kepentingan untuk menciptakan efisiensi, melakukan inovasi, mengembangkan sistem promosi, dan memberikan layanan yang menarik bagi konsumen. Permasalahan hukum muncul apabila kekuatan ekonomi tersebut digunakan untuk membatasi persaingan atau menghambat pelaku usaha lain. Bentuknya dapat berupa diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu, pembatasan akses pasar, penetapan syarat perdagangan yang tidak wajar, praktik jual rugi dengan tujuan menyingkirkan pesaing, maupun penyalahgunaan posisi dominan. Kurniasari dan Rahman (2023) secara khusus mengkaji persoalan penyalahgunaan posisi dominan platform marketplace melalui penetapan harga dan penguasaan pasar terhadap pelaku UMKM. Purcahyono (2025) juga menunjukkan bahwa hubungan bisnis digital dapat menempatkan UMKM pada posisi yang lebih lemah ketika berhadapan dengan pihak yang mempunyai kekuatan

ekonomi lebih besar.

Dalam perspektif hukum Indonesia, perlindungan terhadap proses persaingan usaha telah memperoleh dasar hukum melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang tersebut pada dasarnya bertujuan menciptakan iklim usaha yang kondusif melalui persaingan usaha yang sehat serta mencegah terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Beberapa ketentuan yang relevan dengan ekosistem digital antara lain Pasal 19 mengenai penguasaan pasar dan diskriminasi, Pasal 20 mengenai jual rugi atau penetapan harga yang sangat rendah dengan maksud menyingkirkan pesaing, serta Pasal 25 mengenai penyalahgunaan posisi dominan. Ketentuan tersebut dapat menjadi instrumen untuk menilai perilaku pelaku usaha yang mempunyai kekuatan pasar, termasuk ketika kekuatan tersebut digunakan dalam lingkungan platform digital. Namun, penerapannya membutuhkan analisis yang lebih kompleks karena karakteristik pasar digital berbeda dengan pasar konvensional.

Pasal 19 UU Nomor 5 Tahun 1999 secara khusus melarang pelaku usaha melakukan kegiatan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, termasuk melakukan penguasaan pasar serta diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu. Ketentuan tersebut mempunyai relevansi ketika platform digital memberikan perlakuan yang berbeda kepada pelaku usaha dan perlakuan tersebut berpotensi menghambat persaingan. Selanjutnya, Pasal 20 mengatur larangan melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud menyingkirkan atau mematikan usaha pesaing. Sementara itu, Pasal 25 berkaitan dengan penyalahgunaan posisi dominan, termasuk penggunaan posisi dominan untuk menetapkan syarat perdagangan yang bertujuan menghambat pelaku usaha lain menjadi pesaing. Persoalan penerapan ketentuan tersebut menjadi semakin penting karena model bisnis digital memungkinkan penggunaan algoritma, data, dan sistem otomatis dalam menentukan harga maupun perlakuan terhadap pelaku usaha. Sundari et al. (2026) menunjukkan bahwa perkembangan AI pricing dapat menciptakan risiko kolusi algoritmik yang semakin sulit diidentifikasi melalui pendekatan pengawasan konvensional. Hsb et al. (2025) juga menegaskan bahwa dominasi dalam pasar digital dapat berlangsung melalui penguasaan data, teknologi, dan efek jaringan.

Perlindungan UMKM juga memperoleh landasan dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagaimana telah mengalami perubahan melalui regulasi Cipta Kerja. Pengaturan tersebut menunjukkan adanya kepentingan negara untuk menciptakan iklim usaha yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Perlindungan UMKM kemudian diperkuat melalui Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Namun, perlindungan dalam kerangka pemberdayaan UMKM perlu dihubungkan dengan perlindungan dalam hukum persaingan usaha. Kemudahan akses terhadap teknologi dan pasar digital belum cukup apabila UMKM berada dalam struktur pasar yang memungkinkan pelaku usaha tertentu menggunakan kekuatan ekonominya untuk membatasi persaingan. Dengan demikian, perlindungan UMKM perlu dipahami tidak hanya sebagai pemberian fasilitas untuk masuk ke pasar digital, tetapi juga sebagai upaya memastikan bahwa UMKM dapat menjalankan kegiatan usaha dalam kondisi persaingan yang sehat.

Permasalahan tersebut menunjukkan adanya tantangan dalam penerapan hukum persaingan usaha terhadap ekonomi digital. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dibentuk ketika perkembangan teknologi dan model bisnis platform digital belum seperti saat ini. Akibatnya, sejumlah karakteristik pasar digital seperti multi-sided market, network effects, penguasaan data, algoritma, self-preferencing, serta integrasi berbagai layanan membutuhkan penafsiran dan pendekatan analisis yang lebih adaptif. Nopriansyah dan Muntazhor (2025) menyatakan bahwa

pengaturan persaingan digital di Indonesia belum komprehensif dan spesifik sehingga diperlukan penguatan pengawasan dan kemampuan KPPU dalam menghadapi perubahan struktur persaingan. Hsb et al. (2025) juga menyatakan bahwa karakteristik pasar digital menimbulkan kesulitan dalam menentukan pasar relevan, membuktikan posisi dominan, dan mengidentifikasi penyalahgunaan dominasi.

Dalam kondisi tersebut, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mempunyai posisi penting dalam menjaga agar perkembangan ekonomi digital tetap berada dalam koridor persaingan yang sehat. KPPU memperoleh kewenangan berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 untuk melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan hukum persaingan usaha. Tantangan bagi KPPU dalam ekosistem digital tidak hanya berkaitan dengan penanganan perkara setelah pelanggaran terjadi, tetapi juga kemampuan memahami karakteristik model bisnis digital dan mengidentifikasi potensi perilaku anti-persaingan sejak awal. Nopriansyah dan Muntazhor (2025) menilai bahwa KPPU memerlukan penguatan kemampuan dan kewenangan untuk menghadapi karakteristik persaingan di pasar digital. Perkembangan aktual juga menunjukkan bahwa KPPU pada 2026 masih mendorong penguatan regulasi pasar digital, termasuk dengan menyoroti risiko algoritma dan kecerdasan buatan dalam persaingan e-commerce.

Berdasarkan uraian tersebut, persoalan perlindungan UMKM terhadap praktik persaingan usaha tidak sehat dalam ekosistem ekonomi digital menjadi penting untuk dikaji secara yuridis. Persoalannya bukan semata-mata mengenai kemampuan UMKM memanfaatkan teknologi, tetapi mengenai sejauh mana hukum mampu memberikan jaminan agar UMKM tetap memperoleh kesempatan bersaing secara adil ketika berhadapan dengan pelaku usaha atau platform yang mempunyai kekuatan pasar lebih besar. Penelitian ini penting untuk menganalisis keterkaitan antara perlindungan UMKM dengan ketentuan hukum persaingan usaha, khususnya mengenai penguasaan pasar, diskriminasi, jual rugi, dan penyalahgunaan posisi dominan. Selain itu, penelitian perlu melihat sejauh mana instrumen hukum yang berlaku dan kewenangan KPPU mampu menjawab karakteristik persaingan dalam ekosistem digital. Atas dasar tersebut, penelitian berjudul “Perlindungan UMKM terhadap Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Ekosistem Ekonomi Digital” dilakukan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi UMKM serta kecukupan kerangka hukum persaingan usaha Indonesia dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

LANDASAN TEORI

Teori Perlindungan Hukum. Perlindungan hukum merupakan upaya untuk memberikan jaminan terhadap hak dan kepentingan subjek hukum agar terhindar dari tindakan yang merugikan. Dalam konteks UMKM, perlindungan hukum diperlukan untuk menjamin kesempatan berusaha yang adil, terutama ketika UMKM berhadapan dengan pelaku usaha atau platform digital yang memiliki kekuatan ekonomi lebih besar. Purcahyono (2025) menyatakan bahwa hubungan bisnis digital dapat menimbulkan ketidakseimbangan posisi tawar sehingga diperlukan perlindungan hukum bagi UMKM. Kurniasari dan Rahman (2023) juga menunjukkan bahwa dominasi platform digital dapat berdampak terhadap posisi UMKM dalam pasar.

Teori Persaingan Usaha. Teori persaingan usaha digunakan untuk menganalisis perilaku pelaku usaha dalam menciptakan persaingan yang sehat dan mencegah praktik yang dapat menghambat atau menyingkirkan pesaing. Dalam ekonomi digital, persaingan dapat dipengaruhi oleh penguasaan data, algoritma, dan network effects. Hsb et al. (2025) menjelaskan bahwa karakteristik tersebut dapat menciptakan dominasi pasar digital, sedangkan Nopriansyah dan Muntazhor (2025) menekankan perlunya penegakan hukum persaingan yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum yuridis normatif, yaitu penelitian yang berfokus pada pengkajian norma, asas, dan ketentuan hukum yang berkaitan dengan perlindungan UMKM terhadap praktik persaingan usaha tidak sehat dalam ekosistem ekonomi digital. Penelitian hukum normatif dilakukan melalui studi kepustakaan dengan menjadikan peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, buku, jurnal ilmiah, dan dokumen hukum sebagai bahan penelitian. Rosidi, Zainuddin, dan Arifiana (2024) menjelaskan bahwa penelitian hukum normatif merupakan penelitian kepustakaan yang mengkaji hukum berdasarkan norma dan bahan hukum yang relevan. Sejalan dengan itu, Wiraguna (2024) menjelaskan bahwa pendekatan normatif digunakan untuk memberikan kerangka hukum yang sistematis dalam menganalisis suatu permasalahan hukum.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah ketentuan yang berkaitan dengan persaingan usaha dan perlindungan UMKM, khususnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah beserta perubahannya, serta peraturan mengenai perdagangan melalui sistem elektronik. Pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep perlindungan hukum, persaingan usaha tidak sehat, posisi dominan, penguasaan pasar, dan karakteristik ekonomi digital. Kristianto dan Chariansyah (2026) menjelaskan bahwa statute approach digunakan untuk menelaah validitas, hierarki, konsistensi, dan ruang lingkup peraturan, sedangkan conceptual approach digunakan untuk membangun analisis berdasarkan konsep dan prinsip hukum.

Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan objek penelitian, khususnya UU Nomor 5 Tahun 1999, UU Nomor 20 Tahun 2008 beserta perubahannya, serta peraturan mengenai perdagangan melalui sistem elektronik. Bahan hukum sekunder berupa buku hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan pendapat para ahli yang berkaitan dengan hukum persaingan usaha, perlindungan UMKM, dan ekonomi digital. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber lain yang digunakan untuk membantu menjelaskan istilah atau konsep hukum. Penggunaan bahan hukum primer dan sekunder tersebut sesuai dengan karakter penelitian normatif yang menempatkan bahan kepustakaan sebagai sumber utama dalam melakukan analisis hukum.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dengan cara mengidentifikasi, menginventarisasi, dan mengkaji peraturan perundang-undangan serta literatur yang relevan dengan permasalahan penelitian. Selanjutnya, bahan hukum yang telah dikumpulkan dianalisis secara deskriptif-analitis dengan menguraikan ketentuan hukum yang berlaku, kemudian menghubungkannya dengan permasalahan perlindungan UMKM terhadap praktik persaingan usaha tidak sehat dalam ekosistem ekonomi digital. Analisis dilakukan secara kualitatif melalui penafsiran dan argumentasi hukum untuk memperoleh kesimpulan mengenai kecukupan perlindungan hukum bagi UMKM dalam menghadapi praktik persaingan usaha tidak sehat. Metode deskriptif-analitis juga digunakan dalam penelitian hukum normatif untuk menghubungkan ketentuan peraturan perundang-undangan dengan teori dan konsep hukum yang relevan.

Metode tersebut dipilih karena permasalahan penelitian berorientasi pada das sollen, yaitu bagaimana hukum seharusnya memberikan perlindungan kepada UMKM dalam menghadapi praktik persaingan usaha tidak sehat di lingkungan ekonomi digital. Penelitian tidak menggunakan

wawancara, kuesioner, atau observasi lapangan karena fokus penelitian berada pada analisis norma dan instrumen hukum yang berlaku. Dengan demikian, metode yuridis normatif dinilai sesuai untuk mengkaji hubungan antara ketentuan hukum persaingan usaha, perlindungan UMKM, dan perkembangan model bisnis berbasis platform digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan UMKM dalam Kerangka Hukum Persaingan Usaha di Indonesia

UMKM mempunyai posisi penting dalam struktur perekonomian Indonesia, tetapi dalam hubungan dengan pelaku usaha yang memiliki modal, teknologi, data, dan jaringan pasar yang lebih besar, UMKM dapat berada pada posisi yang relatif lemah. Ketimpangan tersebut semakin terlihat dalam ekonomi digital karena kegiatan UMKM semakin bergantung pada platform untuk memperoleh konsumen, melakukan transaksi, menerima pembayaran, dan menjalankan promosi. Hubungan ketergantungan tersebut pada dasarnya tidak selalu menunjukkan adanya pelanggaran hukum. Platform justru dapat memberikan manfaat berupa perluasan pasar dan efisiensi transaksi. Persoalan hukum muncul ketika ketergantungan tersebut digunakan oleh pelaku usaha yang memiliki kekuatan pasar untuk memberikan tekanan, membatasi pilihan, atau menetapkan persyaratan yang menghambat kemampuan UMKM untuk bersaing secara wajar.

Dalam perspektif hukum persaingan usaha, perlindungan terhadap UMKM tidak berarti memberikan perlakuan istimewa kepada UMKM dengan cara membatasi persaingan yang seharusnya berlangsung secara bebas. Perlindungan yang dimaksud adalah memastikan bahwa mekanisme pasar tidak digunakan oleh pelaku usaha tertentu untuk menghilangkan kesempatan pelaku usaha lain. Dengan demikian, hukum persaingan berfungsi menjaga agar keunggulan ekonomi yang dimiliki suatu pelaku usaha tidak berubah menjadi alat untuk menghambat pesaing. Hal tersebut relevan dengan ekonomi digital karena platform dapat mempunyai keunggulan yang berasal dari jumlah pengguna, penguasaan data, teknologi, algoritma, dan efek jaringan. Nopriansyah dan Muntazhor (2025) menjelaskan bahwa karakteristik ekonomi digital menimbulkan tantangan tersendiri bagi penegakan hukum persaingan karena pengaturan yang tersedia belum secara khusus mengakomodasi seluruh bentuk persaingan dalam pasar digital.

Landasan utama perlindungan terhadap proses persaingan tersebut adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. UU tersebut mengatur berbagai bentuk perjanjian dan kegiatan yang dilarang serta penyalahgunaan posisi dominan yang dapat menimbulkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Meskipun UU No. 5 Tahun 1999 lahir sebelum perkembangan marketplace dan platform digital seperti sekarang, ketentuan di dalamnya tetap dapat menjadi dasar untuk menilai perilaku pelaku usaha digital sepanjang unsur-unsur pelanggaran dapat dibuktikan. Dengan demikian, persoalan utamanya bukan semata-mata tidak adanya hukum, tetapi bagaimana norma yang ada ditafsirkan dan diterapkan terhadap model bisnis yang mempunyai karakteristik berbeda dari perdagangan konvensional. Sabirin dan Herfian (2022) menunjukkan bahwa perkembangan ekosistem digital telah menghasilkan bentuk penyalahgunaan pasar platform, termasuk diskriminasi, eksklusivitas, dan praktik harga yang dapat memengaruhi persaingan, sehingga diperlukan pengembangan pendekatan hukum yang lebih sesuai dengan karakteristik digital.

Selain UU No. 5 Tahun 1999, perlindungan UMKM juga mempunyai dasar dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang kemudian mengalami perubahan melalui regulasi Cipta Kerja. Perlindungan tersebut diperkuat dengan PP No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM. Kedua kerangka tersebut menunjukkan bahwa kebijakan negara terhadap UMKM tidak hanya diarahkan pada peningkatan

kapasitas ekonomi, tetapi juga menciptakan kondisi yang memungkinkan UMKM berkembang. Dalam konteks ekonomi digital, kebijakan pemberdayaan tersebut perlu berjalan beriringan dengan hukum persaingan usaha. Pemberian akses kepada platform tidak akan memberikan manfaat maksimal apabila struktur pasar justru memungkinkan platform yang dominan menetapkan kondisi perdagangan yang menghambat UMKM. Karena itu, pemberdayaan UMKM dan penegakan hukum persaingan merupakan dua instrumen yang saling melengkapi dalam menciptakan lingkungan usaha yang sehat.

2. Penerapan Pasal 19 UU No. 5 Tahun 1999 terhadap Penguasaan Pasar dan Diskriminasi Platform Digital

Salah satu ketentuan yang relevan dalam mengkaji perilaku platform digital adalah Pasal 19 UU No. 5 Tahun 1999. Ketentuan tersebut pada pokoknya melarang pelaku usaha melakukan kegiatan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, termasuk melakukan penguasaan atas produksi atau pemasaran barang dan/atau jasa serta melakukan kegiatan yang dapat mengakibatkan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. Pasal ini menjadi penting dalam ekosistem digital karena platform dapat mempunyai kemampuan untuk memengaruhi proses pemasaran melalui mekanisme pencarian, rekomendasi, promosi, akses fitur, dan pengaturan hubungan antara penjual dan konsumen. Oleh karena itu, ketika platform mempunyai kekuatan pasar yang besar, tindakan yang memengaruhi akses UMKM terhadap konsumen perlu dinilai berdasarkan dampaknya terhadap persaingan, bukan hanya berdasarkan hubungan kontraktual antara platform dengan penjual.

Dalam pasar digital, penguasaan pasar dapat mempunyai bentuk yang berbeda dari penguasaan pasar dalam perdagangan konvensional. Platform tidak harus menguasai seluruh produk yang diperdagangkan untuk mempunyai pengaruh besar terhadap pasar. Kekuatan dapat muncul karena platform menjadi tempat utama bertemunya penjual dan konsumen sehingga pelaku UMKM bergantung pada platform tersebut untuk mendapatkan akses pasar. Kondisi ini diperkuat oleh network effects, yaitu nilai suatu platform dapat meningkat seiring bertambahnya jumlah pengguna. KPPU pada 2026 menjelaskan bahwa pasar digital mempunyai karakteristik berbasis data dan bersifat multi-sided, sehingga konsentrasi pengguna dapat menghasilkan konsentrasi kekuatan pada platform tertentu.

Pasal 19 juga mempunyai relevansi terhadap diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu. Dalam platform digital, diskriminasi dapat muncul dalam bentuk perlakuan berbeda terhadap penjual dalam memperoleh akses promosi, penempatan produk, fasilitas platform, layanan logistik, atau fitur tertentu. Perbedaan perlakuan tidak secara otomatis merupakan pelanggaran. Platform tetap dapat membedakan layanan berdasarkan alasan objektif, misalnya tingkat layanan, biaya, performa penjual, atau karakteristik produk. Namun, persoalan hukum dapat muncul ketika perbedaan tersebut tidak didasarkan pada alasan yang objektif dan justru digunakan untuk memberikan keuntungan kepada pelaku usaha tertentu atau menghambat pesaing. Rezaldy dan Saputra (2023) menunjukkan bahwa tindakan diskriminasi di sektor digital memiliki karakteristik pembuktian yang berbeda karena hubungan antara platform, data, dan mekanisme teknologi dapat memengaruhi cara suatu perlakuan diberikan kepada pelaku usaha.

Permasalahan tersebut menjadi lebih kompleks ketika platform menjalankan fungsi ganda, yaitu sebagai pengelola marketplace sekaligus sebagai penjual atau penyedia produk yang bersaing dengan UMKM. Situasi tersebut melahirkan praktik yang dikenal sebagai self-preferencing, yaitu pemberian perlakuan istimewa terhadap produk atau layanan milik platform sendiri dibandingkan produk milik pihak ketiga. Dalam keadaan demikian, platform mempunyai kemampuan untuk menentukan aturan permainan sekaligus ikut bermain di dalam pasar yang sama. Alfian dan Murniati (2024) menjelaskan bahwa self-preferencing dapat menjadi bentuk penyalahgunaan

posisi dominan karena platform memberikan perlakuan istimewa terhadap produk atau layanan sendiri sehingga berpotensi menciptakan hambatan masuk dan mengurangi kesempatan pesaing untuk bersaing.

Dengan demikian, penerapan Pasal 19 terhadap platform digital harus dilakukan dengan memperhatikan hubungan antara perilaku platform dan dampaknya terhadap struktur persaingan. Tidak setiap perubahan algoritma, promosi, atau pemberian fasilitas tertentu dapat langsung dianggap sebagai pelanggaran. Penilaian harus melihat apakah tindakan tersebut menghasilkan penguasaan pasar atau perlakuan diskriminatif yang berdampak pada persaingan secara tidak sehat. Pendekatan tersebut diperlukan agar hukum persaingan tidak menghambat inovasi platform, tetapi tetap dapat memberikan perlindungan ketika kekuatan platform digunakan untuk membatasi kesempatan pelaku usaha lain.

3. Penerapan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 terhadap Praktik Jual Rugi dalam Ekonomi Digital

Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 mengatur larangan melakukan pemasokan barang dan/atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaing di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Ketentuan ini mempunyai arti penting bagi UMKM karena pelaku usaha kecil pada umumnya mempunyai kemampuan finansial yang lebih terbatas dibandingkan perusahaan besar atau platform dengan modal yang kuat. Apabila pelaku usaha besar mampu mempertahankan harga yang sangat rendah dalam waktu tertentu untuk mengurangi kemampuan pesaing bertahan di pasar, UMKM dapat menjadi kelompok yang paling rentan mengalami tekanan.

Namun demikian, harga murah tidak dapat langsung dikategorikan sebagai pelanggaran Pasal 20. Dalam ekonomi digital, pemberian diskon, cashback, subsidi promosi, atau potongan harga merupakan bagian dari strategi pemasaran yang lazim. Konsumen bahkan memperoleh manfaat dari persaingan harga tersebut. Oleh sebab itu, penilaian hukum harus membedakan antara promosi yang bertujuan meningkatkan efisiensi dan menarik konsumen dengan strategi harga yang secara sengaja diarahkan untuk menyingkirkan pesaing. Analisis harus memperhatikan harga yang diterapkan, biaya yang dikeluarkan, jangka waktu strategi tersebut, posisi pelaku usaha di pasar, kemampuan pesaing untuk bertahan, serta kemungkinan terjadinya pemulihan harga setelah pesaing keluar dari pasar.

Dalam ekosistem digital, praktik tersebut dapat dilakukan melalui mekanisme yang lebih kompleks dibandingkan perdagangan konvensional. Platform dapat memberikan subsidi terhadap transaksi, menanggung biaya promosi, memberikan gratis ongkir, atau mengombinasikan beberapa layanan untuk menghasilkan harga yang sangat rendah bagi konsumen. Sabirin dan Herfian (2022) telah mengidentifikasi praktik kebijakan menjual dengan kerugian sebagai salah satu bentuk risiko persaingan dalam perkembangan platform digital karena kekuatan platform dapat digunakan untuk membuat pesaing menjadi tidak kompetitif dan akhirnya meninggalkan pasar.

Dari perspektif perlindungan UMKM, persoalan utama bukan sekadar apakah konsumen mendapatkan harga murah, tetapi apa yang terjadi terhadap struktur pasar setelah strategi harga tersebut berlangsung. Apabila harga rendah hanya bersifat sementara dan merupakan bagian dari inovasi atau efisiensi, tindakan tersebut justru dapat memberikan manfaat bagi konsumen. Sebaliknya, apabila harga rendah digunakan oleh pelaku usaha dominan untuk menghilangkan pesaing, kemudian setelah pesaing berkurang pelaku usaha tersebut meningkatkan harga atau memperketat syarat perdagangan, maka dampaknya terhadap persaingan menjadi lebih serius. Karena itu, penerapan Pasal 20 membutuhkan analisis ekonomi dan hukum secara bersamaan.

4. Penyalahgunaan Posisi Dominan Berdasarkan Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999

Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999 merupakan ketentuan yang sangat relevan untuk menganalisis hubungan antara platform digital dan UMKM karena mengatur mengenai penyalahgunaan posisi dominan. Posisi dominan pada dasarnya bukan merupakan tindakan yang dilarang. Suatu pelaku usaha dapat memiliki posisi dominan karena mempunyai keunggulan teknologi, efisiensi, kualitas layanan, jumlah pengguna, atau inovasi. Yang menjadi persoalan hukum adalah penggunaan posisi tersebut untuk melakukan tindakan yang menimbulkan dampak anti-persaingan. Dalam konteks digital, hal tersebut penting karena platform yang sukses memperoleh banyak pengguna tidak boleh dianggap melanggar hanya karena mempunyai pangsa pasar besar.

Permasalahan muncul ketika posisi dominan digunakan untuk menetapkan syarat perdagangan yang bertujuan menghalangi konsumen memperoleh barang atau jasa yang bersaing, membatasi pasar dan pengembangan teknologi, atau menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing. Karakteristik pasar digital membuat identifikasi posisi dominan menjadi lebih rumit karena kekuatan pasar dapat bersumber dari data, algoritma, jumlah pengguna, dan efek jaringan. Nasir (2025) menjelaskan bahwa pasar digital mempunyai karakteristik berbasis platform, penggunaan data dalam skala besar, interaksi berbagai sisi pasar, dan network effects, sehingga data dapat menjadi faktor penting dalam menilai kekuatan pasar dan kemungkinan penyalahgunaan posisi dominan.

Dalam hubungan dengan UMKM, penyalahgunaan posisi dominan dapat terjadi apabila platform menetapkan syarat yang secara praktis sulit ditolak oleh UMKM karena ketergantungannya terhadap platform. Misalnya, UMKM dapat menghadapi biaya layanan yang berubah secara sepihak, pembatasan akses terhadap fitur tertentu, kewajiban menggunakan layanan tertentu, atau persyaratan yang membuat UMKM sulit memanfaatkan platform pesaing. Setiap tindakan tersebut tetap harus diuji berdasarkan unsur hukum dan dampaknya terhadap persaingan, sehingga tidak tepat apabila seluruh ketentuan platform yang merugikan secara ekonomi langsung disebut sebagai penyalahgunaan posisi dominan.

Persoalan self-preferencing juga dapat dianalisis melalui Pasal 25 apabila platform mempunyai posisi dominan dan menggunakan posisi tersebut untuk mengutamakan produk atau layanan sendiri. Alfian dan Murniati (2024) menyatakan bahwa self-preferencing dapat menciptakan entry barrier dan mengurangi kesempatan konsumen untuk memilih produk substitusi, sedangkan KPPU pada 2026 secara khusus menyebut self-preferencing dan diskriminasi layanan sebagai isu persaingan yang perlu mendapat perhatian dalam e-commerce.

Dengan demikian, Pasal 25 dapat menjadi salah satu instrumen penting dalam memberikan perlindungan terhadap UMKM, tetapi penerapannya harus dilakukan secara hati-hati. Penegak hukum perlu terlebih dahulu membuktikan adanya posisi dominan, kemudian mengidentifikasi perilaku yang dilakukan, dan selanjutnya menilai apakah perilaku tersebut memenuhi unsur penyalahgunaan serta mempunyai dampak terhadap persaingan. Pendekatan tersebut penting agar hukum tidak menghukum keberhasilan suatu platform, tetapi menindak penggunaan kekuatan pasar yang secara tidak wajar menghambat kompetisi.

5. Tantangan Data, Algoritma, dan Network Effects terhadap Penegakan Hukum Persaingan

Salah satu perbedaan mendasar antara ekonomi konvensional dan ekonomi digital adalah semakin pentingnya data sebagai sumber daya ekonomi. Platform dapat mengumpulkan data mengenai perilaku konsumen, transaksi, preferensi, harga, waktu pembelian, serta performa penjual. Data tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dan membuat inovasi. Akan tetapi, akumulasi data dalam jumlah besar juga dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pelaku usaha lain. Semakin banyak pengguna yang menggunakan platform, semakin banyak data yang diperoleh; data tersebut kemudian dapat digunakan untuk meningkatkan

layanan dan menarik lebih banyak pengguna. Siklus tersebut dapat memperkuat posisi platform secara terus-menerus. Nasir (2025) menempatkan penggunaan data dan network effects sebagai karakteristik penting dalam menilai dominasi platform digital.

Keadaan tersebut dapat menciptakan hambatan masuk pasar bagi UMKM maupun platform baru. Pelaku usaha baru tidak hanya harus menawarkan produk yang baik, tetapi juga harus menghadapi platform yang telah memiliki basis pengguna, data, teknologi, dan jaringan distribusi yang kuat. KPPU pada 2025 menjelaskan bahwa network effects, akumulasi data, dan pengambilan keputusan berbasis algoritma dapat membentuk hambatan masuk yang sulit ditembus pesaing baru, terutama UMKM.

Selain data, algoritma mempunyai peranan penting dalam menentukan bagaimana pasar digital bekerja. Algoritma dapat digunakan untuk menentukan rekomendasi produk, urutan pencarian, harga, iklan, promosi, serta tingkat visibilitas suatu produk. Bagi UMKM, mekanisme tersebut sangat menentukan kemampuan produk untuk ditemukan konsumen. Masalah muncul apabila algoritma digunakan untuk memberikan keuntungan kepada produk tertentu atau mengarahkan perilaku pasar dengan cara yang mengurangi kesempatan pesaing. Karena proses tersebut terjadi secara otomatis dan sering kali tidak transparan, pembuktiannya menjadi lebih sulit dibandingkan tindakan diskriminasi dalam pasar konvensional.

KPPU pada 2026 menyatakan bahwa perkembangan ekonomi digital telah mengubah sumber kekuatan pasar dari aset fisik menuju data, algoritma, dan platform digital. KPPU juga menilai bahwa penguasaan data, dominasi platform, dan penggunaan algoritma menghasilkan bentuk praktik anti-persaingan yang semakin kompleks sehingga memerlukan penguatan kerangka regulasi. Dengan demikian, persoalan algoritma tidak hanya merupakan persoalan teknologi, tetapi juga dapat menjadi persoalan hukum persaingan ketika algoritma digunakan sebagai instrumen untuk mempertahankan atau memperkuat posisi pasar.

6. Peran KPPU dalam Perlindungan UMKM di Ekosistem Ekonomi Digital

KPPU merupakan lembaga yang dibentuk berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 untuk mengawasi pelaksanaan hukum persaingan usaha. Dalam konteks ekonomi digital, peran KPPU menjadi semakin penting karena perkembangan model bisnis berlangsung lebih cepat daripada perkembangan regulasi. KPPU tidak hanya berfungsi menangani dugaan pelanggaran, tetapi juga menjalankan fungsi advokasi dan pengawasan terhadap kebijakan yang dapat memengaruhi persaingan. Nopriansyah dan Muntazhor (2025) menilai bahwa KPPU memerlukan penguatan kemampuan dan kewenangan untuk menghadapi karakteristik pasar digital karena pengaturan persaingan digital di Indonesia belum sepenuhnya komprehensif dan spesifik.

Dalam kaitannya dengan UMKM, fungsi KPPU tidak cukup hanya menunggu adanya laporan setelah UMKM mengalami kerugian. KPPU perlu melakukan pengawasan preventif dan pemantauan terhadap sektor yang mempunyai risiko konsentrasi tinggi. Hal ini penting karena UMKM sering tidak mempunyai sumber daya yang cukup untuk menghadapi platform besar melalui proses hukum yang panjang. KPPU pada 2026 menyatakan bahwa ekonomi digital menjadi salah satu sektor yang memerlukan pengawasan lebih kuat karena terdapat risiko penguncian ekosistem, akumulasi data sebagai hambatan masuk, algoritma penetapan harga, dan konsolidasi usaha.

KPPU juga memiliki fungsi advokasi kebijakan. Fungsi tersebut penting ketika suatu kebijakan pemerintah berpotensi memengaruhi struktur persaingan. Dalam pasar digital, kebijakan mengenai perdagangan elektronik, platform, pembayaran, logistik, data, dan teknologi dapat mempunyai konsekuensi terhadap kemampuan pelaku usaha untuk masuk dan bersaing. Oleh karena itu, KPPU perlu memastikan bahwa kebijakan sektoral tidak secara tidak sengaja memberikan keuntungan yang tidak proporsional kepada pelaku usaha tertentu. Selain itu,

penguatan kapasitas KPPU diperlukan dalam bidang teknologi dan analisis data. Pembuktian perkara digital tidak selalu dapat dilakukan hanya melalui dokumen kontrak atau transaksi konvensional. KPPU perlu memahami bagaimana algoritma bekerja, bagaimana data digunakan, bagaimana sistem menentukan rekomendasi, serta bagaimana perubahan algoritma memengaruhi pelaku usaha. KPPU sendiri pada 2025 mengidentifikasi teknologi, big data, dan algoritma sebagai faktor yang membuat pengawasan persaingan di sektor teknologi semakin kompleks.

Berdasarkan keseluruhan uraian, dapat dianalisis bahwa perlindungan UMKM dalam ekonomi digital tidak dapat hanya diletakkan pada rezim hukum UMKM, tetapi harus dikaitkan dengan hukum persaingan usaha. UU UMKM memberikan kerangka pemberdayaan dan perlindungan terhadap keberlangsungan usaha, sedangkan UU No. 5 Tahun 1999 memberikan instrumen untuk mengendalikan perilaku pelaku usaha yang menggunakan kekuatan ekonominya secara anti-persaingan. Kedua rezim tersebut mempunyai fungsi yang berbeda tetapi saling melengkapi. Penelitian Rabah dan Ardiansyah (2023) menunjukkan bahwa kelemahan posisi UMKM dalam hubungan dengan usaha yang lebih besar dapat melahirkan praktik penguasaan dan kemitraan semu, sedangkan penelitian Nopriansyah dan Muntazhor (2025) menunjukkan bahwa karakteristik digital membutuhkan penguatan instrumen penegakan hukum persaingan.

Dari sisi norma, Pasal 19, Pasal 20, dan Pasal 25 UU No. 5 Tahun 1999 memiliki objek analisis yang berbeda. Pasal 19 terutama relevan untuk menilai penguasaan pasar dan diskriminasi; Pasal 20 digunakan untuk menilai jual rugi atau harga yang sangat rendah dengan maksud menyingkirkan pesaing; sedangkan Pasal 25 berhubungan dengan penyalahgunaan posisi dominan. Ketiganya tidak boleh diperlakukan sebagai satu bentuk pelanggaran yang sama. Pemisahan tersebut penting agar analisis hukum dapat menentukan unsur mana yang harus dibuktikan dan perilaku mana yang relevan dengan tindakan platform digital.

Menurut penulis, tantangan terbesar bukan terletak pada ketiadaan norma secara mutlak, melainkan pada keterbatasan penerapan norma terhadap karakteristik kekuatan pasar digital. Platform dapat memperoleh kekuatan melalui data, algoritma, efek jaringan, dan jumlah pengguna yang tidak selalu tercermin dalam indikator pasar tradisional. Karena itu, perlindungan UMKM akan lebih efektif apabila penegakan hukum tidak hanya berfokus pada kerugian individual suatu UMKM, tetapi juga mempertimbangkan dampak perilaku platform terhadap struktur persaingan secara keseluruhan. Pandangan tersebut sejalan dengan arah kebijakan KPPU yang pada 2026 menempatkan dominasi platform, data, algoritma, network effects, dan hambatan masuk sebagai persoalan penting dalam reformasi hukum persaingan usaha.

Pada akhirnya, perlindungan hukum terhadap UMKM dalam ekonomi digital harus menciptakan keseimbangan antara inovasi platform, efisiensi pasar, kepentingan konsumen, dan kesempatan bersaing bagi UMKM. Regulasi tidak boleh menghambat perkembangan teknologi hanya karena suatu platform mempunyai posisi kuat. Sebaliknya, keberhasilan platform juga tidak boleh menjadi dasar untuk membenarkan setiap tindakan yang berpotensi menghambat pesaing. Oleh karena itu, arah perlindungan hukum yang ideal adalah mempertahankan manfaat ekonomi digital sekaligus memastikan bahwa kekuatan pasar tidak digunakan untuk menutup akses pesaing, melakukan diskriminasi, menyingkirkan UMKM, atau menciptakan ketergantungan yang tidak sehat. KPPU dalam perkembangan kebijakannya pada 2026 juga menempatkan kebutuhan adaptasi regulasi sebagai bagian penting untuk memastikan UMKM digital dan pelaku usaha baru tetap memiliki kesempatan yang setara untuk berkembang.

KESIMPULAN

Perlindungan UMKM dalam ekosistem ekonomi digital diperlukan untuk mencegah penyalahgunaan kekuatan pasar oleh platform digital. UU No. 5 Tahun 1999, khususnya Pasal 19, Pasal 20, dan Pasal 25, dapat menjadi dasar hukum untuk mengatasi penguasaan pasar, diskriminasi, praktik jual rugi, dan penyalahgunaan posisi dominan yang merugikan persaingan.

Namun, perkembangan ekonomi digital menghadirkan tantangan baru berupa penguasaan data, algoritma, network effects, dan dominasi platform. Oleh karena itu, KPPU memiliki peran penting melalui pengawasan, penegakan hukum, dan advokasi kebijakan. Penguatan regulasi diperlukan agar UMKM memperoleh kesempatan bersaing yang adil sekaligus tetap mendukung inovasi dan perkembangan ekonomi digital...

DAFTAR REFERENSI

- Alamsah, D., & Takaya, R. (2024). Studi kasus praktik predatory pricing pada TikTok Shop dan dampaknya terhadap pemanfaatan media sosial oleh UMKM di Indonesia. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 4(1), 278–284.
- Alfian, F. B., & Murniati, R. (2024). Self-preferencing: Practices and characteristics of abuse of dominant position in digital markets. *Jurnal Persaingan Usaha*, 4(1), 33–44. <https://doi.org/10.55869/kppu.v4i1.153>.
- Mandas, T. M. L. (2024). Analisis yuridis terhadap penguasaan pasar oleh e-commerce TikTok Shop ditinjau dari Undang-Undang Persaingan Usaha. *Lex Privatum*, 14(3).
- Nasir, R. R. (2025). A legal comparison regarding abuse of dominant position by online platforms. *Jurnal Persaingan Usaha*, 5(2), 182–190. <https://doi.org/10.55869/kppu.v5i2.225>.
- Nopriansyah, W., & Muntazhor, A. W. (2025). Peran KPPU dalam penegakan hukum persaingan usaha di era ekonomi digital. *Jurnal Persaingan Usaha*, 5(1), 35–45. <https://doi.org/10.55869/kppu.v5i1.176>.
- Nurfauziah, Albari, Suhartini, & Sri Mulyati. (2024). Digitalisasi UMKM Melalui Program Sibakul Jogja dalam Upaya Peningkatan Daya Saing. *Rahmatan Lil 'Alamin Journal of Community Services*, 4(2), 57–66.
- Putri, A. T. N., Praptono, E., & Idayanti, S. (2024). Predatory pricing sebagai praktik persaingan usaha tidak sehat dalam penjualan Shopee Live. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 2(1), 237–254.
- Rabah, A. R., & Ardiansyah, R. (2023). Urgensi pembaharuan pengaturan hubungan kemitraan guna mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Jurnal Persaingan Usaha*, 3(2), 120–130. <https://doi.org/10.55869/kppu.v3i2.96>.
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.
- Rezaldy, & Saputra, N. D. (2023). Perbandingan hukum persaingan usaha terkait pembuktian tindakan diskriminasi di sektor digital. *Jurnal Persaingan Usaha*, 3(1), 54–64. <https://doi.org/10.55869/jppu.v3i1.101>.
- Sundari, A., Indriani, A. D., & Nadzifah, U. N. (2026). Kolusi Algoritmik: Risiko Kolusi Terselubung AI Pricing dalam Persaingan Usaha. *Jurnal Persaingan Usaha*, 5(2)

- Syafiuddin, A. (2025). Perlindungan hukum UMKM terhadap praktik predatory pricing di social commerce: Studi analisis pada platform TikTok di Indonesia. *Parlementer: Jurnal Studi Hukum dan Administrasi Publik*, 2(2)
- Tanjung, K. T. P. (2022). Penguasaan dan posisi tawar dalam perjanjian kemitraan: Sebuah diskursus tentang “penguasaan” dalam perjanjian kemitraan. *Jurnal Persaingan Usaha*, 2(2), 91–99. <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i2.56>.