

PRINSIP *COMPETITIVE NEUTRALITY* DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA



The Principle of Competitive Neutrality in the Perspective of Competition Law

Muhammad Riziq Babeheer¹, Anna Maria Tri Anggraini^{2*}

ISSN 2657-182X (Online)

Program Studi Sarjana Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

**JURNAL
REFORMASI
HUKUM
TRISAKTI**

Volume 8 Nomor 2 Mei 2026

ABSTRAK

Penelitian ini membahas prinsip *competitive neutrality* dalam perspektif hukum persaingan usaha. Prinsip ini menjadi relevan seiring dengan berkembangnya kegiatan ekonomi yang semakin kompleks, dan berpotensi menimbulkan perlakuan tidak setara antar pelaku usaha. Rumusan masalah artikel ini adalah untuk melihat bagaimana pemaknaan prinsip *competitive neutrality* dalam hukum persaingan usaha, khususnya pada Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Kajian dilakukan terhadap ketentuan hukum persaingan usaha berupa Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, serta didukung oleh literatur dan dokumen lainnya terkait prinsip *competitive neutrality*. Hasil pembahasan dan kesimpulan menunjukkan bahwa prinsip *competitive neutrality* belum diatur secara eksplisit dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, namun nilai dan substansinya relevan dengan tujuan hukum persaingan usaha dalam menciptakan persaingan yang adil dan mencegah adanya keuntungan tidak wajar bagi pelaku usaha tertentu. Oleh karenanya, prinsip *competitive neutrality* dapat digunakan sebagai dasar konseptual dalam menafsirkan dan memperkuat penerapan hukum persaingan usaha di Indonesia guna menjaga terciptanya *level playing field*.

- Diterima
Februari 2026
- Revisi
Maret 2026
- Disetujui
April 2026
- Terbit Online
Mei 2026

*Email Koresponden:
anna.mta@trisakti.ac.id

Kata Kunci:

- *Netralitas*
- Persaingan
- Digitalisasi
- Ekonomi
- Platform

Keywords:

- *Neutrality*
- *Competition*
- *Digitalization*
- *Economy*
- *Platform*

ABSTRACT

This study examines the principle of competitive neutrality from the perspective of competition law. This principle has become increasingly relevant as economic activities grow more complex and potentially create unequal treatment among business actors. The research problem focuses on how the principle of competitive neutrality is interpreted within Indonesian competition law, particularly under Law Number 5 of 1999 on the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. This study employs a normative legal research method with a statutory and conceptual approach. The analysis is conducted on the provisions of Law Number 5 of 1999, supported by relevant literature and legal documents related to the principle of competitive neutrality. The results and conclusions show that the principle of competitive neutrality is not explicitly regulated under Law Number 5 of 1999. Nevertheless, its values and substance are consistent with the objectives of competition law in promoting fair competition and preventing unjust advantages for certain business actors. Therefore, the principle of competitive neutrality can serve as a conceptual basis to interpret and strengthen the enforcement of competition law in Indonesia in order to maintain a level playing field.

Sitasi artikel ini:

Babeheer, Anggraini. 2026. Prinsip *Competitive Neutrality* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha. Vol. 8 Nomor 2 Mei 2026. Halaman 757-768. Doi: <https://doi.org/10.25105/refor.v8i2.25232>

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat Indonesia dalam kegiatan ekonomi. Data terbaru menunjukkan lebih dari 221 juta orang di Indonesia telah menggunakan internet. Angka ini terus bertambah setiap tahun seiring dengan semakin terjangkaunya *smartphone* dan jaringan internet.¹ Pertumbuhan pengguna internet yang pesat mendorong munculnya berbagai *platform* digital, seperti *e-commerce*, layanan transportasi *online*, dan aplikasi pembayaran digital. *Platform-platform* ini tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis baru yang berbeda dari pasar tradisional.²

Pertumbuhan pesat dan pengaruh kuat perusahaan *platform* digital seperti Gojek, Tokopedia, Shopee, dan Traveloka telah menjadikan mereka bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat, sekaligus menempatkan posisi mereka sebagai *gatekeeper* atau pengendali akses.³ Perusahaan-perusahaan ini tidak hanya berperan sebagai tempat transaksi, tetapi juga sebagai pengatur yang menentukan algoritma, aturan, dan kondisi pelaku usaha lain untuk dapat masuk, beroperasi, dan bersaing di dalam *platform* mereka.⁴

Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran mengenai perlakuan yang adil dan transparan terhadap semua pelaku usaha, khususnya terkait potensi praktik diskriminatif. Kekhawatiran ini semakin relevan mengingat *platform* digital yang berperan ganda sebagai penyedia infrastruktur, sekaligus sebagai peserta dalam ekosistem ekonomi yang mereka ciptakan sendiri. Hal ini merupakan situasi yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan.⁵

Salah satu konsep yang penting dalam diskusi persaingan usaha era digital adalah prinsip *competitive neutrality*. Prinsip ini menekankan bahwa semua pelaku usaha harus diperlakukan secara setara tanpa memandang ukuran, kepemilikan, atau posisinya

¹ Anni Aisyah Hidayani Siregar, Ratu Raissyah Apriliani, dan Nurhasanah, "Analisis Korelasi Statistik Antara Populasi Jumlah Penduduk dan Pengguna Internet di Indonesia," *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* 4, no. 3 (September 6, 2025), Hal. 4777, <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2684>.

² Ahmad Budi Setiawan, "Revolusi Bisnis Berbasis *Platform* sebagai Penggerak Ekonomi Digital di Indonesia," *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi* 9, no. 1 (2018), Hal. 61, <https://doi.org/10.17933/mti.v9i1.118>.

³ OECD, *Competition Policy in Digital Markets: The Combined Effect of Ex Ante and Ex Post Instruments in G7 Jurisdictions* (Paris: OECD Publishing, 2024), Hal. 3–4.

⁴ Martin Kenney dan John Zysman, "The Rise of the *Platform* Economy," *Issues in Science and Technology* 32, no. 3 (Spring 2016), Hal. 61–63. <https://doi.org/10.17226/21913>.

⁵ Anuj Saush, Mark Fenwick, dan Erik P. M. Vermeulen, *The Platform Economy* (New York: The Conference Board, 2021), Hal. 5.

dalam pasar.⁶ Dalam konteks *platform* digital, prinsip ini berarti bahwa pemilik *platform* tidak boleh memberikan keuntungan tidak wajar kepada usaha miliknya sendiri atau mitra tertentu, sementara membatasi atau merugikan usaha lain yang beroperasi di *platform* yang sama.⁷

Di tingkat internasional, prinsip *competitive neutrality* telah menjadi perhatian berbagai organisasi dan negara. OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) telah menerbitkan berbagai pedoman tentang prinsip ini. Uni Eropa bahkan telah mengeluarkan regulasi khusus yang bernama DMA (*Digital Markets Act*) yang mewajibkan *platform* besar untuk bersikap netral dalam memperlakukan berbagai layanan di *platform* mereka.⁸ Salah satu negara Asia seperti Jepang juga sudah memulai mengadopsi prinsip serupa dalam kebijakan persaingan usaha mereka melalui TFDDPA (*Transparency and Fairness of Digital Platforms Act*).⁹

Di Indonesia, meskipun prinsip *competitive neutrality* belum diatur secara eksplisit dalam peraturan perundang-undangan, nilai dan asasnya sudah tercerminkan dalam beberapa ketentuan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. Misalnya, Pasal 19 huruf d yang melarang pelaku usaha untuk melakukan diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu, dan Pasal 25 melarang penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat. Ketentuan-ketentuan ini dapat menjadi dasar untuk menginterpretasikan prinsip *competitive neutrality* dalam konteks Indonesia.¹⁰ Peraturan pelaksana seperti Peraturan KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha), melalui Peraturan KPPU No. 6/2010 dan Peraturan KPPU No. 3/2011 juga sudah memberikan pedoman lebih rinci mengenai ketentuan penerapan dalam Undang-Undang tersebut.

Pengaturan tentang persaingan usaha di era digital menjadi semakin penting melihat dari perkembangannya yang pesat, karena *platform* digital memiliki kekuatan yang signifikan dalam menentukan pelaku usaha yang bisa masuk pasar dan cara

⁶ OECD, *Fair Market Conditions for Competitiveness in the Adriatic Region: OECD Recommendation on Competitive Neutrality* (Paris: OECD Publishing, 2021), Hal. 2.

⁷ European Commission, *Competition Policy for the Digital Era* (Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019), Hal. 12–13.

⁸ European Union, *Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act)*, recitals 6–7, <https://doi.org/10.4337/9781800886872.00023>.

⁹ Government of Japan, *Act on Improving Transparency and Fairness of Digital Platforms* (Act No. 38 of June 3, 2020), Articles 1–3.

¹⁰ Dharma Setiawan Negara, "Principle of Competitive Neutrality for State-Owned Enterprises to an Access to Justice on Business Practices," *Russian Law Journal* XI, no. 3 (2023), Hal. 1288–1290, <https://doi.org/10.52783/rj.v11i3.1604>.

mereka beroperasi.¹¹ Tanpa adanya pengaturan yang jelas, besar kemungkinan bahwa *platform* dapat menyalahgunakan posisinya dengan memberikan keuntungan yang tidak wajar kepada pelaku usaha tertentu dan membatasi pesaing lainnya, hal ini pada akhirnya dapat mengurangi pilihan bagi konsumen, menghambat inovasi, dan merugikan perekonomian secara keseluruhan.¹²

Berdasarkan uraian pendahuluan tersebut, Rumusan masalah bagaimana prinsip *competitive neutrality* dapat diinterpretasikan dalam kerangka hukum persaingan usaha di Indonesia. Oleh karena itu, rumusan masalah yang akan dibahas adalah bagaimana pemaknaan prinsip *competitive neutrality* dalam perspektif hukum persaingan usaha di Indonesia khususnya pada Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif,¹³ dengan didukung data sekunder melalui pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual.¹⁴ Fokus penelitian ini diarahkan pada pengkajian bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta peraturan atau pedoman yang dikeluarkan oleh KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) yang relevan dengan ketentuan dalam Undang-Undang tersebut.¹⁵ Sementara itu, bahan hukum sekunder diperoleh dari literatur persaingan usaha berupa buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang membahas prinsip *competitive neutrality*, *level playing field*, serta perkembangan pengaturan pasar digital.¹⁶ Selanjutnya, seluruh bahan hukum akan dianalisis secara kualitatif melalui teknik interpretasi hukum dan analisis terhadap norma dan doktrin yang berkaitan.¹⁷

¹¹ United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), *Enforcing Competition Law in Digital Markets and Ecosystems: Policy Challenges and Options*, TD/B/C.I/CLP/74 (Geneva: United Nations, 2024), Hal. 2–3.

¹² Farhandi Himawan dan Anna Maria Tri Anggraini, "Perbandingan Penerapan Predatory Pricing Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia dan Amerika Serikat," *Reformasi Hukum Trisakti* 5, no. 3 (2023), Hal. 847–860, <https://doi.org/10.25105/refor.v5i3.16483>.

¹³ Peter M, Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2010), Hal. 96.

¹⁴ Sri Mamudji, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum* Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), Hal. 30-31.

¹⁵ Muhammad Azhar dan Kornelius Benuf, "Metode Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Masa Kini," *Jurnal Gema Keadilan* 7, no. 2 (2020), Hal. 20–33.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif* (Malang: Bayumedia, 2006), Hal. 57.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Competitive Neutrality sebagai Prinsip Kesetaraan Persaingan

Prinsip *competitive neutrality* menekankan bahwa keberhasilan pelaku usaha dipasar harus ditentukan oleh kemampuan bersaing secara sehat, misalnya melalui efisiensi, inovasi, kualitas, serta layanan, bukan disebabkan oleh adanya keuntungan yang lahir dari kedudukan tertentu atau relasi tertentu yang membuat sebagian pelaku usaha mendapat perlakuan khusus dibanding pihak lain.¹⁸ Dengan kata lain, *competitive neutrality* bertujuan untuk menciptakan *level playing field*, di mana aturan persaingan tidak sengaja dirancang untuk menguntungkan salah satu pelaku usaha bermain secara tidak proporsional.¹⁹

Agar dapat digunakan sebagai pertimbangan normatif, prinsip *competitive neutrality* dapat digambarkan dalam beberapa parameter konseptual. *Pertama*, parameter non-diskriminasi. Non-diskriminasi mengandung makna bahwa pelaku usaha yang berada dalam kondisi sebanding tidak seharusnya diperlakukan berbeda tanpa alasan yang dapat dipertanggungjawabkan.²⁰ Dalam konteks *platform* digital, diskriminasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti memberikan biaya komisi yang lebih rendah kepada penjual tertentu, menempatkan produk milik sendiri atau mitra strategis di halaman pencarian utama (*search ranking*), atau membatasi akses data penting kepada penjual lain.²¹ Perlakuan diskriminatif seperti ini dapat secara langsung melemahkan kemampuan bersaing pelaku usaha yang didiskriminasi.

Kedua, parameter alasan objektif (*objective justification*). Dalam aktivitas bisnis, suatu pihak dapat saja menetapkan persyaratan atau pembatasan tertentu. Namun, *competitive neutrality* menuntut agar pembatasan tersebut dapat dijelaskan secara rasional dan masuk akal, misalnya demi keamanan, kualitas layanan, kepatuhan terhadap regulasi, atau perlindungan konsumen. Parameter ini penting untuk

¹⁸ Richard Whish and David Bailey, *Competition Law* (Oxford: Oxford University Press, 2018), Hal. 41–42.

¹⁹ Dharma Setiawan Negara, *Op Cit*.

²⁰ Yixuan Duan and Yu Kang, "Research on Competitive Neutrality of SOEs with Special Functions in China," *Sustainability* 14, no. 13 (2022), Hal. 1–2. <https://doi.org/10.3390/su14137810>.

²¹ Ahmad Sabirin and Raafid Haidar Herfian, "Dampak Ekosistem Digital Terhadap Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Di Era Ekonomi Digital," *Jurnal Persaingan Usaha* 1, no. 2 (2021), Hal. 76-77, <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i.23>.

membedakan kebijakan yang benar dan punya alasan jelas, dengan kebijakan yang digunakan untuk membatasi kesempatan pihak lain dalam bersaing.²²

Ketiga, parameter proporsionalitas, yaitu kebijakan yang membatasi tindakan pelaku usaha lain harus sepadan dengan tujuan yang hendak dicapai. Prinsip proporsionalitas membantu menilai apakah suatu tindakan masih berada dalam lingkup persaingan usaha sehat atau sudah mengarah pada penutupan pasar secara tidak wajar. Contohnya, jika untuk mencegah satu jenis pelanggaran kecil, *platform* kemudian menerapkan sanksi yang berat atau pembatasan akses yang luas kepada seluruh pelaku usaha, maka tindakan tersebut bisa dianggap tidak proporsional dan berpotensi mendistorsi persaingan.²³

Keempat, parameter konsistensi dan kepastian aturan. Persaingan yang sehat memerlukan aturan yang jelas dan diterapkan secara konsisten terhadap pelaku usaha yang berada dalam keadaan setara. Pelaku usaha perlu mengetahui dengan pasti apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan, serta bagaimana *platform* akan bertindak. Ketidakpastian aturan, perubahan kebijakan tanpa pemberitahuan, atau penerapan aturan yang tidak konsisten dapat merugikan pelaku usaha, terutama pelaku usaha kecil, karena mereka kesulitan merencanakan strategi jangka panjang dan beradaptasi.²⁴

Kelima, parameter pencegahan konflik kepentingan. Banyak *platform* yang berperan ganda, dimana pada satu sisi sebagai penyedia infrastruktur pasar (*marketplace*), di sisi lain sebagai peserta yang juga menjual produk atau jasanya sendiri. Prinsip *competitive neutrality* menuntut agar posisi strategis sebagai pengelola *platform* ini tidak disalahgunakan untuk mengalihkan keuntungan secara tidak wajar kepada bisnis internalnya. Misalnya dengan menggunakan data penjualan pihak ketiga untuk mengembangkan produk saingannya, atau dengan sengaja membuat algoritma yang mendiskreditkan produk pesaing.²⁵

Dalam hukum persaingan tradisional, kita mengenal larangan terhadap penyalahgunaan posisi dominan dan diskriminasi harga, yang esensinya serupa. Di

²² European Commission, *Guidance on the Commission's Enforcement Priorities in Applying Article 102 of the EC Treaty to Abusive Exclusionary Conduct by Dominant Undertakings*, Official Journal of the European Union C 45/7 (2009), Hal. 8–9.

²³ Václav Peers dan Małgorzata Kozak, "Double Jeopardy of Article 102 TFEU and the DMA – The Challenges of a Multi-Level Enforcement System," *Utrecht Law Review* 19, no. 3 (2023), Hal. 3–4, <https://doi.org/10.36633/ulr.1165>.

²⁴ Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC), *Regulatory Certainty and Consistency in the Digital Economy* (Singapore: APEC Secretariat, 2021), Hal. 5–6.

²⁵ Federico Etro, "e-Commerce Platforms and Self-Preferencing," *Journal of Economic Surveys* 38 (2024), Hal. 1516–1518, <https://doi.org/10.1111/joes.12594>.

tingkat internasional, organisasi seperti OECD telah lama mempromosikan *competitive neutrality* sebagai alat untuk memastikan perusahaan milik pemerintah tidak memiliki keuntungan tidak wajar dibanding perusahaan swasta. Namun, dalam konteks digital, tantangannya menjadi lebih kompleks karena skala, kecepatan, dan pengaruh algoritma yang kerap tidak transparan.²⁶

Penerapan prinsip ini dapat dilihat dalam beberapa kasus. Uni Eropa, melalui DMA (*Digital Markets Act*), secara tegas mewajibkan perusahaan digital raksasa seperti Google, Meta, dan Amazon untuk bersikap netral. Mereka dilarang memprioritaskan layanan sendiri di atas layanan pihak ketiga, dan harus membuka akses data tertentu kepada pesaing.²⁷ Sementara itu, kasus *Epic Games vs. Apple* menyoroti kebijakan *App Store* yang memberlakukan komisi 30% dan aturan ketat, yang oleh *Epic Games* dianggap sebagai bentuk tidak netralnya *Apple* yang juga memiliki bisnis game.²⁸

Pemaknaan Competitive Neutrality dalam Kerangka Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Meskipun istilah *competitive neutrality* tidak diatur secara eksplisit dalam Undang-Undang, substansi dan nilai dari prinsip tersebut telah terkandung dalam berbagai ketentuannya. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dibentuk pada era yang berbeda, namun nilai-nilai tentang kadilan dan kesetaraan persaingan yang dikandungnya tetap relevan, bahkan untuk mengatasi persoalan pasar digital di masa kini.²⁹

Landasan filosofis yang mendasari Undang-Undang ini dapat ditemukan dalam Pasal 2 dan Pasal 3. Pasal 2 menetapkan bahwa kegiatan usaha berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Prinsip demokrasi ini sejalan dengan nilai *competitive neutrality*, karena keduanya sama-sama mengedepankan partisipasi yang adil dan mencegah konsentrasi kekuatan ekonomi yang berlebihan pada satu pihak.³⁰

²⁶ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Abuse of Dominance in Digital Markets* (Paris: OECD Publishing, 2020), Hal. 34–35.

²⁷ European Commission, "Commission Opens Non-Compliance Investigations against Alphabet, Apple and Meta under the Digital Markets Act - European Commission Press Release," *European Commission - Press Release 5*, no. March (2024), Hal. 2–4.

²⁸ Amir Jafarguliyev, "Tying and Bundling in Digital Markets under the European Union Competition Law," *Journal of Competition Law & Economics* (2023), Hal. 14–16.

²⁹ Rhido Jusmadi, "The Existence of Digital *Platforms* and the Challenges in Enforcement of Indonesian Competition Law," *Unnes Law Journal* 9, no. 1 (2023), Hal. 184-185, <https://doi.org/10.15294/ulj.v9i1.63114>.

³⁰ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Pasal 2 dan Pasal 3, serta bagian *Menimbang* huruf b dan c.

Penjabaran dari filosofis tersebut telah termanifestasi dalam tujuan Undang-Undang, sebagaimana tercantum dalam Pasal 3. Salah satu tujuannya adalah menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil. Pasal ini merupakan cerminan konkret dari konsep *level playing field*, yang merupakan tujuan akhir dari *competitive neutrality*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa meskipun terminologinya berbeda, Undang-Undang ini telah menganut nilai yang sama.³¹

Dalam konteks implementasi, nilai ini diterapkan melalui serangkaian pasal yang melarang berbagai praktik persaingan tidak sehat. Kelompok pertama adalah larangan terhadap monopoli Pasal 17. Pasal ini berfungsi sebagai mekanisme pencegahan untuk menghindari struktur pasar yang timpang, karna persaingan tidak pernah rata jika satu entitas sudah mendominasi sebagian besar pasar.³²

Pasal 17 ayat (2) huruf b melarang praktik yang mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan.³³ Dalam ekosistem digital, hambatan masuk seringkali diciptakan secara tidak langsung melalui sistem atau prosedur yang sulit.³⁴ Larangan ini mencerminkan prinsip *competitive neutrality* yang menolak segala bentuk penutupan pasar yang tidak wajar.

Lebih lanjut, Pasal 17 ayat (2) huruf c menjelaskan tolak ukur dengan menetapkan bahwa monopoli patut diduga jika satu pelaku usaha atau kelompok menguasai lebih dari 50% pangsa pasar. Ambang batas ini menjadi tolak ukur objektif untuk mengidentifikasi potensi pemusatan kekuatan ekonomi yang berlebihan.³⁵ Dalam konteks ekonomi digital, parameter ini menjadi relevan untuk mengawasi dominasi *platform* besar yang seringkali memiliki pangsa pasar yang besar.³⁶

Kelompok kedua adalah Pasal 19 huruf d. Ketentuan ini merupakan perwujudan dari parameter non-diskriminasi dalam prinsip *competitive neutrality*. Pasal ini secara tegas melarang praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu, yang dalam konteks *platform* digital dapat terwujud dalam berbagai bentuk kebijakan yang tidak

³¹ *Ibid.*

³² Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 17 (Praktek Monopoli) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999*, Bab I dan Pasal 17 ayat (2) huruf b dan c.

³³ *Ibid.*

³⁴ OECD (2020), *Op. Cit.*, Hal. 18-19.

³⁵ KPPU, *Pedoman Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999*, 5 dan 14.

³⁶ David S. Evans and Richard L. Schmalensee, *Catalyst Code: The Strategies Behind the World's Most Dynamic Companies* (Boston: Harvard Business School Press, 2007), Hal. 50–55.

setara.³⁷ Bentuk diskriminasi lainnya dapat terjadi melalui manipulasi algoritma, seperti pengaturan *search ranking* yang secara sistematis mengutamakan produk milik *platform* sendiri atau mitra strategisnya.³⁸

Kelompok ketentuan ketiga adalah larangan terhadap penyalahgunaan posisi dominan dalam Pasal 25, yang melarang penggunaan posisi dominan untuk menetapkan syarat perdagangan yang tidak adil atau menghambat pelaku usaha lain.³⁹ Dalam praktik *platform* digital, hal ini dapat muncul dalam bentuk praktik *tying*, yaitu mewajibkan pelaku usaha untuk menggunakan layanan tertentu dari *platform* sebagai syarat untuk bisa beroperasi.⁴⁰ Praktik semacam ini berpotensi menciptakan konflik kepentingan dan membatasi pilihan bagi pelaku usaha lain.

Meskipun kerangka hukum ini terlihat komprehensif, penerapannya di era digital menghadapi berbagai tantangan interpretasi. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dirancang untuk konteks pasar tradisional, sehingga beberapa konsep dasar memerlukan penafsiran lebih lanjut agar relevan dengan realitas pasar digital yang lebih kompleks dan dinamis.⁴¹

Melalui penggambaran terhadap ketentuan-ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dapat diartikan bahwa esensi dari *competitive neutrality* telah tertanam dalam sistem hukum persaingan Indonesia. Pasal-pasal seperti Pasal 17, 19, dan 25 membentuk suatu ekosistem regulasi yang saling mendukung untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang lebih adil.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa meskipun istilah *competitive neutrality* tidak diatur secara eksplisit dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, substansi dan nilai dari prinsip tersebut pada dasarnya telah sejalan. Prinsip-prinsip kesetaraan kesempatan berusaha, larangan diskriminasi, serta

³⁷ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 3 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 19 Huruf d (Praktek Diskriminasi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999*, Bab III, 4–5.

³⁸ Ahmad Sabirin and Herfian, *Op. Cit.*, Hal. 76-77.

³⁹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 25 tentang Larangan Penyalahgunaan Posisi Dominan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat* (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2010), Hal. 7–8.

⁴⁰ Amil Jafarguliyev, *Op. Cit.*

⁴¹ Ningrum Natasya Sirait et al., "A Comparative Approach to Competition Law in the Digital Economy Sector Between Australia and Indonesia," dalam *Proceedings of the 1st International Conference on Social Environment Diversity (ICOSEND 2024)*, Advances in Social Science, Education and Humanities Research 905 (2025), Hal. 495–497, https://doi.org/10.2991/978-2-38476-366-5_46.

pengecahan penyalahgunaan kekuatan pasar yang menjadi tujuan hujum persaingan usaha menunjukkan adanya keselarasan dengan gagasan *competitive neutrality*. Dalam konteks ekonomi digital yang ditandai oleh dominasi *platform*, peran algoritma, dan struktur pasar yang dinamis, pemahaman terhadap *competitive neutrality* menjadi penting untuk penafsiran dalam hukum persaingan usaha agar tetap relevan. Oleh karena itu, *competitive neutrality* dapat dipahami sebagai kerangka konseptual untuk memperkaya penafsiran terhadap hukum persaingan usaha nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Asia-Pacific Economic Cooperation. (2021). *Regulatory certainty and consistency in the digital economy*. APEC Secretariat.
- Asia-Pacific Economic Cooperation. (2022). *Competition law and regulation in digital markets*. APEC Competition Policy and Law Group.
- Azhar, M., & Benuf, K. (2020). Metode penelitian hukum sebagai instrumen mengurai permasalahan hukum masa kini. *Jurnal Gema Keadilan*, 7(2), 20–33.
- Duan, Y., & Kang, Y. (2022). Research on competitive neutrality of SOEs with special functions in China. *Sustainability*, 14(13), 1–2. <https://doi.org/10.3390/su14137810>
- Etro, F. (2024). E-commerce platforms and self-preferencing. *Journal of Economic Surveys*, 38, 1516–1518. <https://doi.org/10.1111/joes.12594>
- European Commission. (2009). *Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 102 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings*. Official Journal of the European Union C 45/7.
- European Commission. (2024). Commission opens non-compliance investigations against Alphabet, Apple and Meta under the Digital Markets Act. *European Commission Press Release*.
- Evans, D. S., & Schmalensee, R. L. (2007). *Catalyst code: The strategies behind the world's most dynamic companies*. Harvard Business School Press.
- Government of Japan. (2020). *Act on improving transparency and fairness of digital platforms* (Act No. 38 of June 3, 2020).
- Himawan, F., & Anggraini, A. M. T. (2023). Perbandingan penerapan predatory pricing menurut hukum persaingan usaha Indonesia dan Amerika Serikat. *Reformasi Hukum Trisakti*, 5(3), 847–860. <https://doi.org/10.25105/refor.v5i3.16483>
- Ibrahim, J. (2006). *Teori dan metodologi penelitian hukum normatif*. Bayumedia.
- Jafarguliyev, A. (2023). Tying and bundling in digital markets under the European Union competition law. *Journal of Competition Law & Economics*, 14–16.
- Jusmadi, R. (2023). The existence of digital platforms and the challenges in enforcement of Indonesian competition law. *Unnes Law Journal*, 9(1), 184–185. <https://doi.org/10.15294/ulj.v9i1.63114>

- Kenney, M., & Zysman, J. (2016). The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3), 61–63. <https://doi.org/10.17226/21913>
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2010). *Pedoman pelaksanaan Pasal 25 tentang larangan penyalahgunaan posisi dominan*. KPPU.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2011a). *Peraturan KPPU Nomor 11 Tahun 2011 tentang pedoman Pasal 17 (praktik monopoli)*.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2011b). *Peraturan KPPU Nomor 3 Tahun 2011 tentang pedoman Pasal 19 huruf d (praktik diskriminasi)*.
- Mamudji, S. (2005). *Metode penelitian dan penulisan hukum*. Badan Penerbit FH UI.
- Marzuki, P. M. (2010). *Penelitian hukum*. Kencana Prenada Media Group.
- Negara, D. S. (2023). Principle of competitive neutrality for state-owned enterprises to an access to justice on business practices. *Russian Law Journal*, 11(3), 1288–1290. <https://doi.org/10.52783/rlj.v11i3.1604>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Abuse of dominance in digital markets*. OECD Publishing.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2021). *Fair market conditions for competitiveness in the Adriatic region: OECD recommendation on competitive neutrality*. OECD Publishing.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). *Competition policy in digital markets: The combined effect of ex ante and ex post instruments in G7 jurisdictions*. OECD Publishing.
- Peers, V., & Kozak, M. (2023). Double jeopardy of Article 102 TFEU and the DMA – The challenges of a multi-level enforcement system. *Utrecht Law Review*, 19(3), 3–4. <https://doi.org/10.36633/ulr.1165>
- Sabirin, A., & Herfian, R. H. (2021). Dampak ekosistem digital terhadap hukum persaingan usaha di Indonesia serta optimalisasi peran KPPU di era ekonomi digital. *Jurnal Persaingan Usaha*, 1(2), 76–77. <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i.23>
- Saush, A., Fenwick, M., & Vermeulen, E. P. M. (2021). *The platform economy*. The Conference Board.
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi bisnis berbasis platform sebagai penggerak ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 9(1), 61. <https://doi.org/10.17933/mti.v9i1.118>
- Sirait, N. N., et al. (2025). A comparative approach to competition law in the digital economy sector between Australia and Indonesia. In *Proceedings of the 1st International Conference on Social Environment Diversity (ICOSEND 2024)* (pp. 495–497). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-366-5_46
- Siregar, A. A. H., Apriliani, R. R., & Nurhasanah. (2025). Analisis korelasi statistik antara populasi jumlah penduduk dan pengguna internet di Indonesia. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 4777. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2684>

United Nations Conference on Trade and Development. (2024). *Enforcing competition law in digital markets and ecosystems: Policy challenges and options* (TD/B/C.I/CLP/74).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Whish, R., & Bailey, D. (2018). *Competition law*. Oxford University Press.