



ANALISIS TANTANGAN PENEGAKKAN HUKUM DAN PERSAINGAN USAHA DI ERA DIGITALISASI

Irene Puteri A. S. Sinaga¹⁾; Gerhan Muhammad Rizky²⁾; Khoirul Sodikin³⁾

¹⁾ irene.sinaga@uph.edu, Universitas Pelita Harapan

²⁾ 01051220147@student.uph.edu, Universitas Pelita Harapan

³⁾ 01051220165@student.uph.edu, Universitas Pelita Harapan

Abstract

Nowadays, the progress of technological development is so fast. The rapid development of technology gave birth to the era of digitalization. Almost all human activities now depend on digital systems, including economic activities, which as a result have created many new challenges for business actors. With the new dynamics, the pattern of business competition is increasingly complex and needs qualified regulations to be able to support it. The purpose of this study is to determine the challenges of business competition and business competition law in the digitalization era. The method used in this research is a qualitative method by analyzing the development of business competition in the digitalization era juridically. Data collection techniques by searching for documents related to the research. The data references used are books, papers, online newspapers, as well as primary and secondary legal materials. The data that has been collected is then carefully reviewed by paying attention to aspects that are considered to have a relationship. The results of our research show that Indonesia in the development of the digital economy cannot be said to be perfect. Law No. 5 of 1999 does not specifically regulate unfair business competition in the digital economy and also related to the definition of business actors in Law No. 5 of 1999 only defines business actors only as domestic business actors, then because of the weakness of regulations, there is great potential for monopolistic practices and unfair business competition in the digital economy.

Keywords: Digital Economy, Digital Era, Unfair Business Competition

Abstrak

Dewasa ini kemajuan perkembangan teknologi melesat begitu cepat. Perkembangan teknologi yang begitu cepat melahirkan era digitalisasi. Hampir seluruh aktivitas manusia kini bergantung kepada sistem digital tak luput juga aktivitas ekonomi, yang mana akibat hal tersebut melahirkan banyak tantangan baru bagi para pelaku usaha. Dengan adanya dinamika yang baru membuat pola persaingan usaha semakin kompleks dan perlu regulasi yang mumpuni untuk dapat menopang hal tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tantangan persaingan usaha dan hukum persaingan usaha di era digitalisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan melakukan analisis terhadap perkembangan persaingan usaha di era digitalisasi secara yuridis. Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan penelusuran dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Rujukan data yang digunakan adalah buku, makalah, surat kabar daring, serta bahan hukum primer dan sekunder. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya ditinjau dengan seksama dengan memperhatikan aspek-aspek yang dinilai memiliki keterkaitan. Hasil penelitian kami menunjukkan bahwasanya Indonesia dalam perkembangan ekonomi digital belum bisa dikatakan sempurna. Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak mengatur secara spesifik persaingan usaha tidak sehat dalam ekonomi digital dan juga terkait definisi pelaku usaha dalam Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat hanya mendefinisikan pelaku usaha hanya sebatas pelaku usaha dalam negeri, lantas karena lemahnya regulasi yang dimiliki besar potensi terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam ekonomi digital.

Kata Kunci: Ekonomi Digital, Era Digital, Persaingan Usaha Tidak Sehat

PENDAHULUAN

Teknologi yang begitu maju melahirkan era baru yang disebut era digitalisasi. Era digitalisasi membantu manusia menjalani aktivitasnya dengan cepat, mudah dan efektif. Perkembangan dan kemajuan teknologi telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat secara umum (Hasbullah, 2020). Dengan adanya teknologi digital yang menciptakan efisiensi dalam kehidupan manusia. Manusia kini dituntut beradaptasi dengan digitalisasi karena banyak keuntungan yang bisa diperoleh seperti halnya dalam bidang komunikasi, pendidikan, ekonomi,



transportasi dan masih banyak lagi bentuk dari pemanfaatan teknologi digitalisasi.

Era digitalisasi di bidang perekonomian merupakan era dimana sektor perekonomian beroperasi dengan sistem digital, ditandai dengan adanya *e-commerce*, platform digital, jejaring sosial yang dapat digunakan untuk proses perekonomian seperti pembelian dan periklanan. Munculnya era digital ini memang membawa keuntungan yang sangat besar bagi beberapa sektor ekonomi yang mengetahui perkembangan tersebut, namun kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum merasakan manfaat dari teknologi digital. Hal tersebut menjadi tantangan untuk para pelaku usaha karena pola perkembangan zaman yang dinamis, para pelaku usaha harus memutar otak agar bisa bersaing di tengah gencarnya perkembangan digitalisasi terhadap sektor ekonomi.

Dengan adanya era digitalisasi kini sektor ekonomi khususnya di bidang perdagangan/ jual beli memiliki persaingan yang cukup rumit dan kompleks. Berbagai permasalahan datang, mulai dari kegiatan pasar yang terbuka artinya para pelaku usaha asing dapat melakukan kegiatan usaha di Indonesia, yang tentunya merugikan produsen, eksportir atau pedagang lokal dan juga berdampak pada perekonomian negara, khususnya produk domestik bruto (PDB). Era ekonomi digital juga menimbulkan risiko persaingan usaha tidak sehat, seperti penyalahgunaan posisi dominan. Hal ini terjadi karena platform digital mempunyai data konsumen yang besar (*Big Data*), sehingga posisi dominan platform digital mudah disalahgunakan dan berpotensi menimbulkan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Salah satu tantangan yang dihadapi sektor ekonomi digital terkait dengan potensi sektor tersebut berkontribusi terhadap munculnya aktivitas monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (Hayati, 2021).

Pelaku ekonomi bergantung pada pemerintah sebagai sumber peraturan dan juga dapat membantu mereka menerapkan dan menegakkan hukum. Undang-undang persaingan usaha di Indonesia yang berlaku saat ini, khususnya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, belum secara khusus mengatur hukum persaingan usaha di Indonesia. Oleh karena itu, peran Pemerintah sangat penting dalam mengatur persaingan usaha di era digital agar sektor usaha dapat berjalan secara adil, kompetitif dan harmonis bagi seluruh pemangku kepentingan perekonomian.

Peran serta Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sangatlah penting untuk dapat melaksanakan persaingan usaha tidak sehat. Mengingat sektor ekonomi digital yang memiliki pola dinamis, menjadi tantangan tidak hanya bagi para pelaku usaha namun juga tantangan ini menjadi tanggung jawab KPPU sebagai garda terdepan dalam mengawasi persaingan usaha tidak sehat di era digital. KPPU juga terus menganalisis kebijakan Pemerintah agar tidak bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat, serta perlindungan terhadap pelaku usaha di sektor ini (Nur Hayati, 2021). KPPU juga terus melakukan upaya untuk dapat mengatasi masalah tersebut namun perlu kerjasama lebih lanjut dengan lembaga legislatif terkait regulasi yang dirasa kurang spesifik untuk dapat mengawasi persaingan usaha era digital.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan memberikan kajian lebih lanjut terkait tantangan dan upaya penegakkan hukum persaingan usaha di era digitalisasi. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penulis mengajukan dua rumusan masalah yang ingin dikaji lebih lanjut sebagai berikut yaitu yang pertama bagaimana tantangan penegakan hukum persaingan usaha di era digitalisasi? kedua bagaimana peran KPPU dalam mengatasi permasalahan yang timbul dari persaingan usaha era digitalisasi. Dari analisis ini kami bertujuan untuk mengetahui tantangan penegakan hukum persaingan usaha di era digitalisasi, lalu untuk mengetahui peran KPPU dalam mengatasi tantangan yang timbul dari persaingan usaha era digitalisasi.



KAJIAN PUSTAKA

Dalam lanskap perkembangan teknologi yang semakin pesat, era digitalisasi telah menyebar luas dan mempengaruhi hampir semua aspek aktivitas manusia, termasuk upaya perekonomian. Kemajuan teknologi yang pesat ini menghadirkan tantangan baru bagi dunia usaha, sehingga memerlukan kerangka peraturan yang tepat untuk menavigasi lanskap yang kompleks ini. Era digital tentunya membawa angin segar namun menuai banyak kontroversi ditengah pelaku usaha dan konsumen tetapi Perusahaan juga perlu tanggap beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut (Rohimah, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan persaingan usaha dan hukum persaingan di era digitalisasi.

Dalam kajian pustaka ini, pendekatan *utilitarianisme* diakui sebagai landasan yang fundamental untuk merumuskan kebijakan regulasi ekonomi digital yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Prinsip *utilitarianisme*, terutama konsep "*the greatest number*," menjadi pendorong utama bagi pemerintah untuk memastikan bahwa kebijakan tersebut tidak hanya memberikan manfaat maksimal bagi pelaku usaha lokal, konsumen, dan perekonomian negara, tetapi juga mendukung kesejahteraan seluruh masyarakat.

Teori *Utilitarianisme* adalah teori menekankan pada konsep kemanfaatan sebagai dasar moralitas. Dalam konteks hukum persaingan usaha di era digital, pendekatan *utilitarianisme* dapat digunakan untuk menilai manfaat atau kerugian yang timbul dari regulasi atau kebijakan tertentu. Bagaimana regulasi dapat memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat, mengingat era digital membawa dampak ekonomi yang signifikan. Keadilan distributif berhubungan positif dengan hasil yang terkait evaluasi individu, misalnya kepuasan terhadap hasil (dalam pekerjaan tertentu) (Tjahjono, 2008). Sistem hukum harus memberikan perlindungan terhadap pelaku usaha dan konsumen, sambil memastikan adanya persaingan yang sehat untuk mendorong inovasi dan efisiensi.

Teori Keadilan Distributif, Yang dimaksud dengan keadilan distributif adalah keadilan yang membagi hak kepada setiap orang, subjek hak yaitu perorangan (Pandit, 2016). Dalam konteks persaingan usaha di era digital, teori keadilan distributif relevan untuk menilai sejauh mana hukum dapat memastikan distribusi yang adil dari keuntungan dan kerugian. Keadilan distributif mempertimbangkan bagaimana hasil ekonomi digital didistribusikan di antara berbagai pihak, termasuk pelaku usaha kecil, menengah, dan besar. Regulasi perlu dirancang sedemikian rupa untuk mencegah konsentrasi keuntungan hanya pada kelompok tertentu dan memastikan partisipasi yang adil bagi semua pelaku ekonomi.

Teori *Deterrence* (Teori Pencegahan) berfokus pada konsep mencegah pelanggaran hukum melalui ancaman sanksi atau hukuman. Dalam konteks persaingan usaha di era digital, penegakkan hukum perlu mempertimbangkan efektivitas dalam mencegah praktik-praktik tidak sehat seperti monopoli atau penyalahgunaan posisi dominan. Bagaimana sanksi yang diterapkan dapat menjadi *deterrence* bagi pelaku usaha untuk tidak terlibat dalam praktik-praktik yang merugikan persaingan.

Teori *deterrence*, dengan dasar hukum yang kuat, dapat menjadi instrumen efektif dalam mencegah pelanggaran hukum dan menjaga persaingan usaha yang sehat di era digital sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE):
Merupakan landasan hukum yang mengatur transaksi elektronik dan memberikan dasar perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen dalam ekonomi digital.
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:



Menegaskan hak dan kewajiban pelaku usaha dalam melindungi konsumen, menciptakan landasan hukum untuk kebijakan yang memprioritaskan manfaat konsumen di era ekonomi digital.

3. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat:

Membentuk dasar hukum untuk mencegah praktik monopoli dan menjaga persaingan usaha yang sehat, termasuk dalam ranah ekonomi digital.

4. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*)

Memberikan landasan regulasi khusus untuk perdagangan elektronik, yang mendukung terciptanya kebijakan yang berpihak pada kepentingan seluruh *stakeholders*.

Teori Compliance (Kepatuhan): *Teori compliance* menekankan pentingnya kesadaran dan kepatuhan terhadap aturan hukum. Teori kepatuhan menjelaskan kondisi seseorang menaati perintah atau aturan yang telah ditetapkan (Wijayanti et al., 2022). Dalam konteks hukum persaingan usaha, penegakkan hukum harus memperhatikan bagaimana para pelaku usaha dapat dipersepsi untuk mematuhi regulasi. Edukasi, pengawasan yang efektif, dan insentif positif dapat menjadi strategi dalam mencapai tingkat kepatuhan yang lebih tinggi di era digital. Teori Struktur Pasar Teori struktur pasar membahas tentang pengaruh struktur pasar terhadap tingkat persaingan. Struktur pasar, diukur melalui Indeks Konsentrasi Pasar yang mana mempengaruhi perilaku perusahaan dan kinerja yang dicapai oleh Pasar (Mulyaningsih, 2017). Dalam era ekonomi digital, di mana platform-platform besar mendominasi, teori struktur pasar dapat membantu dalam memahami bagaimana dinamika persaingan terjadi. Apakah ada kecenderungan terbentuknya monopoli atau oligopoli? Bagaimana interaksi antara pelaku usaha kecil dan besar dalam ekosistem digital? Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran hukum, khususnya dalam konteks persaingan usaha di era digitalisasi. Melalui kombinasi teori *utilitarianisme*, keadilan distributif, *deterrence*, *compliance*, dan struktur pasar, diharapkan dapat diajukan rekomendasi untuk perbaikan regulasi dan penegakkan hukum guna menciptakan lingkungan bisnis digital yang adil, inovatif, dan berkelanjutan.

METODE

Rancangan penelitian ini yaitu dilatarbelakangi untuk mengetahui bagaimana tantangan dan penegakkan hukum persaingan usaha di era digitalisasi. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian yang berkaitan dengan data berupa narasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan penelusuran dokumen (Wahidmurni, 2017). Melibatkan analisis yuridis terhadap evolusi persaingan bisnis di era digital. Teknik Pengumpulan data menggunakan penelusuran dokumen, referensi buku, makalah, surat kabar online, serta sumber hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer merujuk pada peraturan hukum yang dibuat oleh lembaga legislatif atau otoritas pemerintah yang berwenang seperti Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Daerah, Peraturan Presiden, dan kebijakan-kebijakan resmi lainnya. Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang menjelaskan bahan hukum primer seperti, buku-buku, artikel, jurnal, hasil penelitian, makalah dan karya tulis lainnya yang relevan dengan topik persaingan usaha era digital. Teknik analisis data secara kualitatif melalui tinjauan yang cermat, dengan fokus pada aspek-aspek yang saling berhubungan. Hasil Tinjauan penelitian mengungkapkan bahwa perjalanan digitalisasi perekonomian Indonesia masih belum komprehensif. Undang-Undang



Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang ada saat ini tidak secara khusus mengatur persaingan usaha tidak sehat dalam ekonomi digital. Selain itu, pengertian badan usaha dalam UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat hanya terbatas pada pelaku dalam negeri sehingga menyisakan kesenjangan regulasi yang dapat mendorong praktik monopoli dan persaingan tidak sehat dalam ekonomi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Di Era Digitalisasi

Manusia kini hidup di era digitalisasi, hampir semua lini hidup manusia kini bergantung kepada digitalisasi, termasuk juga sektor ekonomi khususnya kegiatan jual-beli atau perdagangan yang berbasis digital. jika dilihat di satu sisi adanya transisi pasar tradisional ke pasar digital ini menghasilkan banyak manfaat yang bisa dirasakan para pelaku usaha antara lain mudahnya menjual produk karena tidak memerlukan modal yang besar untuk menyewa tempat, akses terbuka bagi seluruh kalangan pelaku usaha, *market* yang luas dan tidak terbatas pada satu lokasi saja, serta perizinan yang mudah. Manfaat tersebut pun dirasakan oleh masyarakat sebagai konsumen karena dengan adanya pasar berbasis digital memudahkan konsumen untuk mencari dan membeli barang yang dibutuhkan atau diinginkannya dimanapun, kapanpun dan pilihan yang banyak memanjakan konsumen untuk terus bertransaksi di dalam pasar digital. penggunaan dan pemanfaatan teknologi atau intranet di seluruh industri *e-commerce* mempunyai jaringan yang luas dan global, sehingga setiap orang dapat dengan mudah mengaksesnya kapan saja (Rohmat, 2022). Negara juga secara langsung menerima manfaatnya dari pajak platform digital yang digunakan dalam pasar digital, yang mana dari pajak tersebut membantu menaikkan pendapatan negara.

Jika dilihat dari sisi lainnya, pasar digital yang lahir dari era digitalisasi ini menimbulkan tantangan baru bagi para pelaku usaha sebab transisi ini membuat persaingan usaha yang semakin kompleks dan rumit. Kehadiran teknologi ini menjadikan unsur dan karakteristik praktik anti persaingan semakin beragam dan berkembang, yang tentunya sangat berbeda dengan praktik anti persaingan konvensional (Putra, 2021). Seperti terbukanya pasar internasional, besarnya potensi terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat seperti yang bisa terjadi akibat penetrasi pasar yang begitu tinggi pada pasar digital. Tantangan ini merupakan kewenangan pemerintah sebagai sumber regulator sekaligus pelaksana penegakkan hukum persaingan usaha era digitalisasi. Hukum persaingan usaha merupakan alat penting untuk mendorong efisiensi ekonomi dan menciptakan lingkungan di mana semua pelaku ekonomi mempunyai akses yang sama terhadap sumber daya (Febrina, 2022). Undang-Undang No 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang mengatur mengenai persaingan usaha tidak sehat, tidak memberikan regulasi yang spesifik terkait persaingan usaha di era digital.

Undang- Undang No 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan salah satu regulasi acuan dalam penegakkan hukum persaingan usaha di Indonesia. UU No 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat lahir didorong oleh kebutuhan hukum Indonesia karena sebelum UU ini di undangkan, aktivitas monopoli dan persaingan usaha tidak sehat lainnya masih marak terjadi, terlebih bagi para pelaku usaha yang dekat dengan kekuasaan. Masyarakat menuntut diciptakannya instrumen hukum yang anti monopoli karena pengendalian korporasi diduga kuat didominasi oleh sentralisasi kekuasaan dan praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN) pada era 1980-an (Hidayat, 2017). Tentu iklim persaingan usaha seperti itu tidak diinginkan karena menciptakan persaingan yang buruk, tidak efisien, tidak kompetitif dan dapat dikatakan bisa



menjadi suatu kerapuhan di sektor ekonomi. Undang-Undang No 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat juga lahir karena dorongan oleh IMF (*International Monetary Fund*) melalui penandatanganan memorandum kesepakatan (*Letter Of Intent*) pada tanggal 1 Januari 1998 agar Indonesia membuat regulasi terkait monopoli dan persaingan usaha tidak sehat guna mendukung perkembangan perusahaan di Indonesia agar lingkungan persaingannya berjalan secara kompetitif, terbuka, dan efisien. Tetapi seiring dengan perkembangan zaman, di era digital ini UU No 5 tahun 1999 perlu dilakukannya revisi karena di era ekonomi digital banyak transisi yang terjadi di sektor ekonomi sehingga menciptakan lingkungan persaingan usaha yang lebih kompleks.

Merujuk pada Pasal 1 huruf b Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan “Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi”. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa definisi pelaku usaha terbatas hanya pada pelaku usaha dalam negeri yang melakukan aktivitas dalam negeri yang mana tentu tidak relevan di era ekonomi digital yang terjadi saat ini, karena dalam platform digital pasar terbuka baik pelaku usaha dalam negeri maupun pelaku usaha luar negeri. Pelaku ekonomi asing menjadi pertimbangan penting mengingat potensi mereka untuk menjadi pemain di pasar digital. Selain itu, masalah ini tidak dipertimbangkan dalam peraturan saat ini (Rohmat, 2022).

Namun, perihal pelaku usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di era pasar digital yang masuk ke dalam yurisdiksi wilayah hukum Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah No 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Pasal 7 ayat 1 menyatakan “Pelaku Usaha Luar Negeri yang secara aktif melakukan penawaran dan/atau melakukan PMSE kepada Konsumen yang berkedudukan di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang memenuhi kriteria tertentu dianggap memenuhi kehadiran secara fisik di Indonesia dan melakukan kegiatan usaha secara tetap di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia”. Peraturan pemerintah tersebut mempertegas perihal pelaku usaha asing yang mana jelas dalam Pasal 7 ayat 1 ada kriteria yang dijelaskan secara lebih lanjut dalam Pasal 7 ayat 2, pelaku usaha asing yang memenuhi kriteria dianggap memenuhi kehadiran secara fisik di Indonesia.

Mengapa potensi persaingan usaha tidak sehat dikatakan besar dalam pasar digital? sebab pada pasar digital tidak hanya terjadi transaksi moneter jual beli namun terjadi juga transaksi data yang mana data tersebut disebut *big data*. *Big data* adalah data yang dikumpulkan dan dimiliki oleh para pelaku usaha dalam pasar digital atau platform digital itu sendiri yang berisi data konsumen. Pasar digital memberikan kontrol yang lebih besar terhadap data konsumen (Qothrunnadaa Amanda Nur Sella, 2023.). Kepemilikan *Big data* memberikan *market power* yang besar kepada pelaku usaha atau *platform* yang digunakan oleh pelaku usaha di era digital. Market power yang besar memungkinkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan praktik monopoli seperti “penyalahgunaan posisi dominan”. UU No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 25 ayat 1 dan 2 mendefinisikan Posisi dominan sebagai berikut “ (1) Pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk: a. menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan atau jasa yang bersaing, baik 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



bersangkutan. (2) Pelaku usaha memiliki posisi dominan sebagaimana dimaksud ayat (1) apabila: a. satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai 50% (lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu; atau b. dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai 75% (tujuh puluh lima persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu". Dalam pasar digital tentu saja penyalahgunaan posisi dominan sebagaimana yang telah dijelaskan oleh UU tersebut berpotensi terjadi, dikarenakan keterkaitannya dengan *Big data* dan *market power* serta penetrasi yang besar dalam platform digital.

Potensi bentuk dari penyalahgunaan Posisi dominan dalam pasar digital mulai dari yang pertama *refusal to deal* atau penolakan untuk bertransaksi kepada pengecer atau pesaing dikarenakan pelaku usaha ini menempati posisi dominan. Dalam *refusal to deal* tentu merugikan dan memberikan hambatan terhadap pesaing. Serta *refusal to deal* bisa saja mengarah kepada praktik monopoli karena pada dasarnya pelaku usaha ini berusaha membatasi dengan memberikan hambatan berupa penolakan. Dengan melakukan penolakan untuk bertransaksi, memberikan hambatan merupakan upaya penyalahgunaan posisi dominan.

Kedua *Tying and Bundling* (Pengikatan dan bundling) Bundling merupakan penjualan 2 atau lebih produk yang sifatnya berbeda dalam satu paket, sedangkan *tying* adalah penjualan secara paketan yang mana menjadikan salah satu produk sebagai produk pengikat (*tying*) dan produk lainnya sebagai produk ikatan (*tied*). Biasanya produk yang dijadikan sebagai pengikat dalam penjualan *tying* adalah produk yang sedang dicari dan dibutuhkan masyarakat. Jika penjualan dengan cara *tying* dan *bundling* ini dilakukan oleh pelaku usaha yang memang konotasinya adalah pelaku usaha dominan dan memang ada indikasi untuk merugikan pesaing atau menjatuhkan pasar maka termasuk dalam penyalahgunaan posisi dominan.

Ketiga *exclusive Dealing* yang dimaksud disini adalah pelaku usaha yang berada dalam posisi dominan mengadakan perjanjian eksklusif dengan pelaku usaha lain yang mensyaratkan bahwa penerima produk hanya akan memasok produk tersebut kepada pihak tertentu atau ke suatu titik lokasi tertentu atau dengan kata lain, distributor harus terikat untuk memasok produknya hanya kepada pihak tertentu dan di tempat tertentu dan diatur oleh pelaku usaha yang memiliki posisi dominan dalam sektor tersebut yang mana hal tersebut termasuk kepada penyalahgunaan posisi dominan. Perjanjian distribusi adalah suatu usaha dimana pihak yang menerima produk mengadakan perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan agar produk tersebut didistribusikan kembali hanya kepada pihak tertentu atau lokasi tertentu (Idris & Apriani, 2019).

Keempat *predatory pricing* (Jual rugi) adalah bentuk strategi pelaku usaha yang menjual produk dengan harga dibawah marginal biaya cost, perihal jual rugi harus ditelaah lebih dalam karena banyak aspek yang perlu diperhatikan terlebih di pasar digital. *Predatory pricing* merupakan suatu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi untuk menjual suatu produk dengan harga di bawah biaya marjinal (*cost*) (Hayati, 2021). Tujuan jual rugi sendiri adalah untuk membuat barang yang dijual oleh pelaku usaha mengalami penjualan yang dominan dan laku di pasaran secara drastis sehingga membuat pesaing di sektor yang sama mengalami kerugian. UU No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan "Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat". Dalam pasar digital sulit menelaah tindakan jual rugi sebab pasar digital memberikan pelayanan kepada konsumen dengan senyaman mungkin dengan memberikan diskon, voucher, flash sale, gratis ongkos kirim tidak dapat dikatakan jual rugi sebab hal tersebut merupakan kerjasama antara



platform dengan pengguna dan juga pelaku usaha di sektor yang berkaitan guna memperoleh keuntungan masing-masing, dan juga dengan mempertimbangkan promosi terhadap service/pelayanan yang dapat diberikan kepada konsumen.

Tantangan ini merupakan kewenangan pemerintah sebagai sumber regulator sekaligus pelaksana penegakkan hukum persaingan usaha era digitalisasi. Undang-Undang No 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak memberikan regulasi yang spesifik terkait persaingan usaha di era digital walaupun regulasi terkait persaingan usaha era digital bisa ditemukan dalam regulasi lainnya seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*). Yang mana sejauh ini digunakan untuk melengkapi regulasi yang ada walaupun dalam beberapa permasalahan sifatnya digunakannya penafsiran terhadap regulasi tersebut untuk menangani permasalahan yang ada. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 diharapkan dapat mendorong terselenggaranya tidak hanya kegiatan usaha yang mempunyai aspek fisik, tetapi juga kegiatan usaha yang mempunyai aspek digital (Qothrunnadaa Amanda Nur Sella, 2023).

Peran KPPU Dalam Mengatasi Tantangan Yang Timbul Dari Persaingan Usaha Era Digitalisasi

KPPU atau disebut Komisi Pengawas Persaingan Usaha, merupakan lembaga yang independen di Indonesia yang dibentuk untuk mengawasi dan mendorong persaingan usaha yang sehat. Mengawasi Persaingan Usaha KPPU memiliki peran penting dalam dalam memantau dan menilai dinamika pasar untuk mencegah terjadinya praktik-praktik yang merugikan persaingan usaha. KPPU berperan sebagai penjaga (*watchdog*) dan pengawasan pasar (*Market Surveillance*) untuk mencegah terjadinya persaingan tidak sehat (Mulyadi & Rusydi, 2017). Menangani Praktek Monopoli KPPU berwenang untuk menindak praktik monopoli yang dapat merugikan konsumen atau pesaing. Ini melibatkan analisis terhadap kekuatan pasar yang dimiliki oleh satu atau beberapa perusahaan. KPPU didirikan untuk mengawasi implementasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Termasuk menurut (Pasal 35 huruf f) Undang-Undang tersebut, Tugasnya, mencakup penyusunan Pedoman pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Sebagai hasilnya, KPPU memiliki tanggung jawab untuk membimbing dan memandu pelaksanaan prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat serta mencegah praktik-praktik yang dapat merugikan pasar, usaha era digitalisasi. Tidak hanya bertugas sebagai pengawas Promosi Persaingan Usaha Sehat KPPU, tetapi juga sebagai promotor motor persaingan usaha yang sehat. ini mencakup penyuluhan, pendidikan, advokasi mendorong praktek-praktek yang mendukung persaingan yang adil.

Tugas KPPU sebagaimana yang di atur dalam UU No 5 Tahun 1999 meliputi; Melakukan penilaian terhadap suatu perjanjian usaha, melakukan penilaian terhadap suatu kegiatan usaha, melakukan penilaian ada tidaknya penyalahgunaan posisi dominan dalam usaha, mengambil tindakan sesuai wewenang yang diatur dalam UU No 5 Tahun 1999, memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, menyusun pedoman atau publikasi UU No 5 Tahun 1999, memberikan laporan hasil kerja berkala kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat. Wewenang KPPU sesuai dengan UU No 5 Tahun 1999 meliputi menerima laporan dari masyarakat atau pelaku usaha terkait persaingan usaha tidak sehat, melakukan penelitian terhadap dugaan anti persaingan usaha, melakukan penyelidikan terhadap indikasi persaingan usaha tidak sehat, meminta keterangan kepada instansi pemerintah terkait dugaan persaingan usaha tidak sehat, mendapatkan, meneliti, dan menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan, memutus dan menetapkan ada atau tidaknya kerugian di pelaku usaha atau



masyarakat, memberitahukan putusan komisi kepada pelaku usaha, menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif terhadap pelanggaran UU No 5 Tahun 1999. “KPPU adalah lembaga *Quasi Judicial* yang mempunyai wewenang *eksekutorial* terkait kasus-kasus persaingan usaha” (Febrina, 2018).

Kewenangan mengatasi tantangan persaingan usaha di era digital sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya memang tidak sepenuhnya kewenangan KPPU Namun ada kewenangan lembaga legislatif juga sebagai pembuat undang-undang serta aparatur sipil negara di bidang yang bersangkutan. Karena pada dasarnya tantangan yang ada dalam persaingan usaha tidak sehat adalah kekurangan dari regulasi yang dimiliki dalam hal ini khususnya Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sebagai dasar hukum utama dalam KPPU melaksanakan pengawasan persaingan usaha tidak sehat dalam era digitalisasi. Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, tidak secara spesifik mengatur mengenai persaingan usaha era digital, oleh karenanya tugas KPPU untuk mengawasi bentuk pelanggaran persaingan usaha digital terbilang rumit karena saat ini hanya berpedoman kepada penafsiran dari Undang-Undang No 5 Tahun 1999 dan peraturan pelaksanaannya.

Indonesia hingga kini belum mengadopsi prinsip ekstrateritorialitas dalam ketentuan Undang-Undang No 5 Tahun 1999. Prinsip ekstrateritorialitas adalah prinsip yang menyatakan bahwa wilayah diluar suatu negara tersebut diakui sebagai yurisdiksi hukumnya berdasarkan hukum internasional. Istilah “*ekstrateritorial*” mengacu pada sesuatu yang terletak di luar batas suatu wilayah atau negara (Hayati, 2021). Prinsip ini sangatlah penting di era pasar digital sebab karakteristik dari pasar digital yang terbuka memungkinkan pelaku usaha asing masuk kedalam pasar digital Indonesia, dan melakukan kegiatan transaksi. Lalu dimana letak masalahnya? masalahnya adalah ketika pelaku usaha asing melakukan tindakan anti persaingan usaha atau melanggar hukum persaingan usaha di Indonesia maka kemampuan KPPU untuk melakukan perbuatan hukum terbatas.

Penetrasi pasar yang begitu tinggi dalam pasar digital, membuat pasar digital memiliki potensi untuk terjadi nya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. hal tersebut berdasarkan alasan yang konkrit yaitu karena pada pasar digital tidak hanya terjadi transaksi moneter namun juga transaksi data. Transaksi data tersebut merupakan data konsumen yang mana dalam pasar digital dikenal dengan sebutan *Big Data*. *Big data* membuka potensi posisi dominan dikarenakan penguasaan data konsumen membuat pelaku usaha tersebut memiliki *market power* yang besar. *Market power* yang dimiliki oleh salah satu pelaku usaha membuat pelaku usaha tersebut memiliki posisi dominan pada pasar digital dan rawan melakukan penyalahgunaan posisi dominan tersebut. KPPU dalam hal ini menjadi garda terdepan untuk dapat mengawasi persaingan tidak sehat tersebut. Namun, dalam pelaksanaannya tidak mudah seperti yang terjadi pada pasar konvensional. Karena sulit membedakannya dalam pasar digital KPPU harus cermat dan hati-hati dalam menilai suatu kasus memiliki indikasi penyalahgunaan posisi dominan atau persaingan usaha tidak sehat dalam era digital.

KPPU dalam melaksanakan tugas nya untuk mengawasi persaingan usaha tidak sehat di era digital memiliki beberapa keterbatasan hal ini terkait regulasi yang ada tidak memuat secara spesifik pasar di era digital yang tentu berbeda dengan pasar konvensional. Regulasi yang lunak memperlihatkan guncangan dan bahaya yang tidak terlihat pada hambatan sektor swasta dan hambatan pemerintah yang tidak terdeteksi (Matompo & Nafri, n.d.).

UU No 5 Tahun 1999 sebagai dasar regulasi yang digunakan oleh KPPU di rasa tidak relevan dengan perdagangan era digital, ketentuan-ketentuan mulai dari definisi pelaku usaha yang



dijelaskan tidak relevan dengan keadaan pasar era digital. Begitu juga terkait prinsip ekstrateritorialitas yang belum diadopsi dalam UU No 5 tahun 1999. Terlebih prinsip ini penting untuk kinerja KPPU dalam mengawasi persaingan usaha era digital, dengan belum diadopsinya prinsip ekstrateritorialitas membuat kinerja KPPU terbatas dalam mengawasi persaingan era digital dengan karakteristik pasar terbuka, mengundang pihak asing untuk terlibat sebagai pelaku usaha pasar digital Indonesia. Regulasi pelaku ekonomi yang komprehensif diperlukan (Effendi, 2020). KPPU dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya saat ini terbantu oleh peraturan di luar UU No 5 Tahun 1999 yaitu ada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*). Regulasi tersebut membantu KPPU dalam menjalankan tugasnya mengingat UU No 5 Tahun 1999 yang sudah tidak relevan pada era digital. Hingga saat ini KPPU dalam menjalankan tugasnya sering menggunakan penafsiran mengingat regulasi yang ada tidak spesifik mengatur persaingan usaha tidak sehat era digital, oleh karenanya urgensi revisi UU No 5 Tahun 1999 harus segera dilakukan. Harapan terhadap penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia yang efektif tentu menjadi hal yang mendesak sehingga tujuan utama menjamin perlindungan konsumen dan penyelamatan perekonomian negara dapat tercapai (Idris & Apriani, 2019). Diperlukan kerjasama KPPU dengan lembaga legislatif dalam perumusan revisi UU No 5 Tahun 1999 agar dapat menciptakan regulasi yang menghasilkan lingkungan persaingan usaha era digital yang kompetitif, adil, dan harmonis.

PENUTUP

Simpulan

Pesatnya perkembangan teknologi telah membawa banyak perubahan terutama dalam bidang perekonomian. Peralihan dari pasar tradisional ke pasar digital membawa banyak tantangan terhadap penerapan hukum persaingan usaha di era digital. Tantangan ini terkait dengan risiko persaingan komersial tidak sehat di era digital. Tantangan tersebut, sebagaimana dijelaskan, antara lain belum diterapkannya prinsip *ekstrateritorial* yang berdampak pada terbatasnya peran KPPU dalam menegakkan hukum persaingan usaha di luar yurisdiksi hukum Indonesia, transaksi data terkait dengan *Big data*, penyalahgunaan posisi dominan, serta aktivitas ekonomi lainnya dan persaingan usaha yang tidak sehat. Regulator, dalam hal ini pemerintah, harus serius menyikapi kemungkinan terjadinya persaingan tidak sehat yang mungkin timbul, agar penerapan hukum persaingan usaha di era digital dapat dilaksanakan secara efektif.

KPPU sebagai organisasi independen yang diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 bertugas memantau persaingan usaha di era digital dan melaksanakan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dalam pelaksanaan fungsinya, KPPU masih bersifat terbatas karena peraturan tersebut berfungsi sebagai acuan yang kurang tepat dalam mengatur persaingan usaha tidak sehat. Kerja sama antara KPPU dan lembaga legislatif diperlukan karena mendesaknya perubahan UU No. 5 Tahun 1999 yang sudah tidak relevan lagi di era digital. Perubahan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 diharapkan dapat menjadikan lingkungan persaingan usaha di era digital menjadi lebih sehat, kompetitif, dan adil bagi seluruh pelaku ekonomi.

Saran

Persaingan usaha di era digital mempunyai unsur yang sedikit berbeda dengan persaingan usaha konvensional. Tantangan yang diciptakan persaingan era digital lebih rumit dan kompleks. Oleh karenanya diperlukan regulasi yang sesuai dengan perkembangan tersebut. Diharapkan kepada pemerintah, baik KPPU dan lembaga legislatif dapat melakukan perubahan terhadap UU



No.5 Tahun 1999 atau membuat peraturan yang sesuai untuk menjalankan pengelolaan hukum persaingan usaha yang baik di era digital. Urgensi perubahan tersebut juga agar dapat memberikan dasar hukum yang kuat bagi KPPU dalam penegakkan hukum persaingan usaha dan menciptakan lingkungan yang mendukung persaingan usaha yang sehat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendi, B. (2020). *PENGAWASAN DAN PENEGAKAN HUKUM TERHADAP BISNIS DIGITAL (E-COMMERCE) OLEH KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA (KPPU) DALAM PRAKTEK PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT*. 4(1), 21–32. <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://jurnal.usk.ac.id/SKLJ/article/viewFile/16228/12330>
- Febrina, R. (2018). Efektifitas Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Upaya Penyelesaian Kasus Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Ilmu Hukum*, 7(2), 264-282. <https://jih.ejournal.unri.ac.id/index.php/JIH/article/view/5685/pdf>
- Febrina, R. (2022). Persaingan Usaha pada Era Digital Menurut Persepektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Karya Ilmiah Multidisiplin (JURKIM)*, 2(1), 121–127. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/Jurkim/article/view/9309/3748>
- Hasbullah, M. A. (2020). Penegakan Hukum Persaingan Usaha Dalam Sektor Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.
- Hayati, A. N. (2021). Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 109. <https://doi.org/10.30641/dejure.2021.v21.109-122>.
- Hidayat, M. F. (2017). Politik Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia. *Jurnal Cahaya Keadilan*, 5(1), 78-103. *Jurnal Cahaya Keadilan* (Vol. 5, Issue 1). <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/cahayakeadilan/article/view/913>
- Hotana, M. S. (2018). Industri e-commerce dalam menciptakan pasar yang kompetitif berdasarkan hukum persaingan usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 1(1), 28-38. <https://core.ac.uk/download/pdf/229337915.pdf>
- Idris, Z., & Apriani, D. (2019). TINJAUAN TERHADAP HUKUM PERSAINGAN USAHA INDONESIA DARI PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN. *Jurnal Panorama Hukum*, 4(1).
- Matompo, O. S., & Nafri, M. (n.d.). REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA. In *Maleo Law Journal* (Vol. 4, Issue 2). <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/MLJ/article/view/1322/1151>
- Mulyadi, D., & Rusydi, I. (2017). Efektivitas peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam penanganan kasus persaingan usaha tidak sehat. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 5(1), 81-95. <https://jurnal.unigal.ac.id/galuhjustisi/article/view/235/227>
- Mulyaningsih, T. (2017). Teori Struktur Pasar: Pendekatan Struktural dan Non-Struktural dalam Menganalisis Persaingan di Industri Perbankan. In *Jurnal Ekonomi Pembangunan* (Vol. 9, Issue 1). <https://jurnal.uns.ac.id/dinamika/article/view/36204/23485>
- Pandit, I. G. S. (2016). Konsep Keadilan Dalam Persepsi Bioetika Administrasi Publik. *Public Inspiration: Jurnal Administrasi Publik*, 1(1), 14-20. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/public-inspiration/article/view/86/71>
- Putra, A. S. (2021). Hukum Persaingan 4.0: Issue Bigdata, Artificial Intelligence Dan Blockchain Dalam Konteks Hukum Persaingan Usaha Di Era Industri Ekonomi Digital. " Dharmasisya" *Jurnal Program Magister Hukum FHUI*, 1(3), 4.



- Qothrunnadaa Amanda Nur Sella, D. (2023). *ANALISIS PENEGAKAN HUKUM DALAM PERSAINGAN USAHA DI ERA DIGITAL*. https://karya.brin.go.id/id/eprint/20785/1/2809-2120_1_2_2022-3.pdf
- Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1931>. <https://kanal.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/1653/1860>
- Rohmat. (2022). Urgensi Pembentukan Undang-Undang Pasar Digital sebagai Instrumen Pengawasan Persaingan Usaha di Era Digital. <https://jurnal.kppu.go.id/index.php/official/article/download/76/36/763#:~:text=Urgensitas%20terhadap%20pembentukan%20Undang%20Undang,%2C%20Digital%2C%20Pengawasan%2C%20Usaha>.
- Tjahjono, H. K. (2008). Studi literatur pengaruh keadilan distributif dan keadilan prosedural pada konsekuensinya dengan teknik meta analisis. *Jurnal psikologi*, 35(1), 21-40. <https://journal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/7097>
- Wahidmurni, W. (2017). Pemaparan metode penelitian kualitatif.
- Wijayanti, L. E., Kristianto, P., Damar, P., & Wawan, S. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Terhadap Pengendalian Intern. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 9(3), 15–28. <https://doi.org/10.55963/jraa.v9i3.485>. <https://journals.stie-yai.ac.id/index.php/JRAA/article/view/485/391>