



Aspek Hukum Persaingan Usaha dalam Ekosistem Ekonomi Digital: Tinjauan terhadap Praktik Monopoli Marketplace

Crani Surya Chandra*, Michelle Bethany Mamio Gultom, Sri Handayani

Universitas Sriwijaya

Abstrak: Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam aktivitas perdagangan, khususnya melalui kehadiran *digital marketplace* sebagai platform yang memfasilitasi transaksi secara daring. Di sisi lain, pertumbuhan platform ini juga menimbulkan kekhawatiran terhadap potensi *monopoly practice* yang dapat memengaruhi *competition law* dan menciptakan ketidakseimbangan dalam struktur pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek hukum persaingan usaha dalam ekosistem ekonomi digital dengan meninjau potensi praktik monopoli pada *digital marketplace* serta dampaknya terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), yang didukung oleh studi kepustakaan dari berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis *digital marketplace* memiliki kecenderungan menciptakan dominasi pasar melalui penguasaan data pengguna, efek jaringan (*network effects*), serta kontrol terhadap sistem transaksi dan algoritma platform. Kondisi ini berpotensi memunculkan *monopoly practice* apabila tidak diawasi secara efektif. Selain itu, keberadaan platform digital memberikan manfaat bagi UMKM dalam memperluas akses pasar, namun juga menimbulkan ketergantungan terhadap kebijakan platform. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa diperlukan penguatan regulasi dan pengawasan dalam kerangka *competition law* untuk menjaga keseimbangan antara inovasi digital dan persaingan usaha yang sehat dalam ekosistem ekonomi digital.

Kata kunci: Ekonomi Digital, Persaingan Usaha, Pasar, Monopoli, Regulasi

DOI:

<https://doi.org/10.47134/ijlj.v3i3.5618>

*Correspondence: Crani Surya Chandra

Email: cranilan2@gmail.com

Received: 26-01-2026

Accepted: 26-02-2026

Published: 26-03-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The development of digital technology has driven significant transformation in trade activities, particularly through the emergence of digital marketplaces as platforms that facilitate online transactions. However, the rapid growth of these platforms has also raised concerns regarding the potential for monopoly practices that may affect competition law and create imbalances in market structures. This study aims to analyze the legal aspects of business competition within the digital economy ecosystem by examining the potential for monopoly practices in digital marketplaces and their impact on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The research employs a normative legal method using both statute and conceptual approaches, supported by a literature review of relevant academic sources. The findings indicate that the digital marketplace business model tends to create market dominance through the control of user data, network effects, and authority over transaction systems and platform algorithms. Such conditions may lead to monopoly practices if not properly supervised. Furthermore, while digital platforms provide significant benefits for MSMEs in expanding market access, they also create a degree of dependency on platform policies. This study concludes that strengthening regulation and supervision within the framework of competition law is essential to maintain a balance between digital innovation and fair business competition in the digital economy ecosystem.

Keywords: Digital Economy; Business Competition; Marketplace; Monopoly; Regulation

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi besar dalam sistem perdagangan global, termasuk di Indonesia. Aktivitas perdagangan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini semakin beralih ke platform digital melalui berbagai layanan e-commerce dan marketplace. Platform digital tersebut berperan sebagai perantara yang mempertemukan penjual dan pembeli secara lebih efisien, sehingga mampu memperluas akses pasar bagi pelaku usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pertumbuhan ekonomi digital ini didorong oleh meningkatnya penetrasi internet, perkembangan sistem pembayaran digital, serta meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap transaksi daring (Ngebos, 2025) (Bukht, 2017) (Cennamo, 2021)

Keberadaan marketplace memberikan berbagai keuntungan bagi pelaku usaha, terutama UMKM, karena dapat memperluas jangkauan pemasaran tanpa memerlukan biaya operasional yang besar. Dalam penelitian ini, istilah *competition law*, *monopoly practice*, dan *digital marketplace* digunakan secara konsisten untuk merujuk pada hukum persaingan usaha, praktik monopoli, serta platform perdagangan digital. Melalui platform digital, pelaku usaha tidak hanya dapat memasarkan produk secara lebih luas, tetapi juga membangun reputasi dan hubungan dengan konsumen melalui sistem ulasan, promosi digital, dan berbagai fitur pemasaran yang disediakan oleh platform tersebut. Namun demikian, perkembangan marketplace juga memunculkan berbagai persoalan baru dalam perspektif hukum persaingan usaha, terutama terkait dengan potensi penyalahgunaan posisi dominan oleh platform digital yang menguasai pasar (Kurniasari, 2023) (Khan L. M., 2017)

Dalam praktiknya, dominasi beberapa platform marketplace besar di Indonesia dapat menciptakan struktur pasar yang tidak seimbang. Strategi pemasaran agresif seperti diskon besar, cashback, dan subsidi ongkos kirim memang efektif menarik konsumen, namun strategi tersebut juga dapat menciptakan hambatan masuk bagi pelaku usaha baru serta memperkuat posisi dominan perusahaan platform tertentu. Kondisi ini berpotensi menimbulkan praktik persaingan usaha tidak sehat apabila pelaku usaha dengan kekuatan pasar yang besar menggunakan strategi tertentu untuk menghambat pesaing atau mengendalikan pasar (Ngebos, 2025) (Cennamo, 2021) (Parker, 2016)

Praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat pada dasarnya dapat merusak mekanisme pasar yang kompetitif, menghambat inovasi, serta menimbulkan ketimpangan akses pasar bagi pelaku usaha yang lebih kecil. Dalam konteks ekonomi digital, permasalahan tersebut menjadi semakin kompleks karena platform digital tidak hanya berperan sebagai perantara transaksi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengendalikan data, algoritma pencarian, serta sistem rekomendasi produk yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Apabila tidak diatur secara tepat, kondisi ini berpotensi menciptakan konsentrasi kekuatan pasar pada segelintir pelaku usaha digital (Dhea Aulia Putri, 2025); Newman, 2016; Varian, 2019).

Untuk mencegah terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, Indonesia telah memiliki regulasi melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang

Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini bertujuan untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat, menjamin kesempatan berusaha yang sama bagi setiap pelaku usaha, serta melindungi kepentingan masyarakat dan konsumen. Dalam implementasinya, pengawasan terhadap praktik persaingan usaha dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang memiliki kewenangan untuk menilai potensi pelanggaran persaingan usaha baik di pasar konvensional maupun pasar digital (Siswanto, 2024) (Kurniasari, 2023).

Meskipun demikian, perkembangan ekonomi digital yang sangat cepat menimbulkan tantangan baru bagi penerapan hukum persaingan usaha. Model bisnis platform digital memiliki karakteristik yang berbeda dengan pasar konvensional, seperti adanya efek jaringan (*network effects*), integrasi layanan digital, serta penguasaan data pengguna dalam jumlah besar. Kondisi tersebut dapat mendorong terjadinya konsolidasi pasar melalui merger atau akuisisi perusahaan digital yang berpotensi meningkatkan konsentrasi pasar dan menimbulkan risiko praktik monopoli (Inggrria et al., 2025; Cennamo, 2021).

Dalam konteks ini, muncul perdebatan di kalangan akademisi mengenai dampak marketplace terhadap UMKM. Di satu sisi, marketplace dianggap mampu meningkatkan akses pasar dan mempercepat digitalisasi UMKM (Prasetyo, 2021; Sari, 2022). Namun di sisi lain, dominasi platform digital tertentu dapat menimbulkan ketergantungan pelaku usaha kecil terhadap kebijakan platform, sehingga berpotensi menciptakan ketimpangan dalam struktur persaingan usaha (Khan L. M., 2017; Newman, 2016). Oleh karena itu, diperlukan kajian hukum yang komprehensif untuk menilai sejauh mana regulasi persaingan usaha yang ada mampu mengantisipasi potensi praktik monopoli dalam ekosistem ekonomi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam perspektif competition law, perkembangan digital marketplace tidak hanya menghadirkan peluang ekonomi, tetapi juga berpotensi menimbulkan monopoly practice yang dapat mempengaruhi struktur persaingan usaha. Meskipun berbagai penelitian telah membahas ekonomi digital dan marketplace, masih terdapat keterbatasan kajian yang secara spesifik menghubungkan antara competition law, praktik monopoly practice, serta dampaknya terhadap UMKM di Indonesia. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian yang menunjukkan perlunya analisis yang lebih komprehensif mengenai keterkaitan antara regulasi hukum persaingan usaha dan praktik dalam ekosistem digital marketplace.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaturan competition law terhadap praktik monopoly practice dalam ekosistem digital marketplace di Indonesia?
2. Bagaimana potensi terjadinya monopoly practice pada platform digital marketplace?
3. Bagaimana dampak praktik tersebut terhadap keberlangsungan dan daya saing UMKM?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan competition law terhadap praktik monopoly practice dalam digital marketplace, serta mengkaji dampaknya terhadap UMKM. Penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian hukum persaingan usaha di era ekonomi digital serta menjadi dasar dalam perumusan kebijakan yang lebih adaptif dan berkeadilan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif (*juridis normatif*), yaitu penelitian yang berfokus pada kajian terhadap norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, serta literatur ilmiah yang berkaitan dengan isu yang diteliti. Penelitian hukum normatif dilakukan dengan menelaah bahan pustaka atau data sekunder untuk memahami dan menganalisis aturan hukum yang berlaku serta penerapannya dalam suatu permasalahan hukum tertentu (Wiraguna, 2024). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum yang diteliti, khususnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta regulasi yang berkaitan dengan ekonomi digital dan perdagangan elektronik. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji konsep-konsep hukum, asas-asas hukum, serta pandangan para ahli mengenai persaingan usaha, posisi dominan, dan praktik monopoli dalam ekosistem marketplace (Wiraguna, 2024).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan hukum persaingan usaha, seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Bahan hukum sekunder meliputi buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian, serta artikel akademik yang relevan dengan topik persaingan usaha dalam ekonomi digital. Sedangkan bahan hukum tersier meliputi kamus hukum dan ensiklopedia yang mendukung pemahaman terhadap konsep hukum yang digunakan dalam penelitian (Yanova, 2023).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan menelaah berbagai literatur ilmiah, dokumen hukum, serta publikasi akademik yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Studi kepustakaan bertujuan untuk memperoleh landasan teoritis dan konseptual yang dapat digunakan dalam menganalisis isu praktik monopoli dalam marketplace serta implikasinya terhadap UMKM (Sukmawan, 2025).

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif dengan cara mengkaji, menafsirkan, serta menghubungkan ketentuan hukum yang berlaku dengan fenomena praktik persaingan usaha dalam ekosistem ekonomi digital. Hasil analisis tersebut disusun secara sistematis dalam bentuk deskriptif-analitis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai penerapan hukum persaingan usaha terhadap praktik monopoli pada platform marketplace serta dampaknya terhadap keberlangsungan UMKM (Wiraguna, 2024)

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Persaingan Usaha dalam Ekosistem Ekonomi Digital

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan signifikan dalam aktivitas perdagangan, yang kini banyak dilakukan melalui platform digital seperti marketplace. Model bisnis platform digital memungkinkan interaksi antara penjual dan pembeli dalam satu sistem yang terintegrasi, sehingga proses transaksi menjadi lebih cepat, efisien, dan menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam konteks ini, marketplace tidak hanya berperan sebagai perantara transaksi, tetapi juga sebagai penyedia infrastruktur digital yang menghubungkan berbagai pelaku usaha dalam satu ekosistem ekonomi digital.

Karakteristik utama dari ekonomi digital adalah adanya *network effects*, yaitu kondisi di mana nilai suatu platform meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna yang terlibat dalam platform tersebut. Kondisi ini sering kali menyebabkan beberapa platform tertentu menjadi lebih dominan dibandingkan dengan platform lain, karena semakin banyak pengguna yang bergabung maka semakin besar pula daya tarik platform tersebut bagi pengguna baru. Fenomena ini dapat mempengaruhi struktur persaingan usaha karena pasar cenderung terkonsentrasi pada sejumlah kecil perusahaan digital yang memiliki basis pengguna besar.

Selain itu, platform marketplace juga memiliki kemampuan untuk mengelola data pengguna dalam jumlah besar serta mengatur algoritma pencarian produk. Penguasaan data dan algoritma tersebut memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan platform, karena mereka dapat mempengaruhi visibilitas produk tertentu dalam sistem pencarian dan rekomendasi. Dalam kondisi tertentu, hal ini dapat menimbulkan kekhawatiran terkait potensi penyalahgunaan posisi dominan oleh platform digital dalam menentukan struktur persaingan usaha di pasar.

Pengaturan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia

Dalam rangka menciptakan persaingan usaha yang sehat, Indonesia telah mengatur larangan praktik monopoli melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan dalam kegiatan ekonomi, mencegah terjadinya penguasaan pasar oleh pelaku usaha tertentu, serta memberikan kesempatan yang sama bagi setiap pelaku usaha untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi.

Beberapa ketentuan dalam undang-undang tersebut berkaitan langsung dengan praktik monopoli dan penguasaan pasar, di antaranya:

1. Pasal 17, yang melarang praktik monopoli yang dapat merugikan masyarakat atau menghambat persaingan usaha.
2. Pasal 19, yang melarang pelaku usaha melakukan penguasaan pasar secara tidak wajar.
3. Pasal 25, yang mengatur mengenai penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha.

Pengawasan terhadap pelaksanaan undang-undang tersebut dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang memiliki kewenangan untuk melakukan penyelidikan, pemeriksaan, serta penilaian terhadap dugaan pelanggaran hukum persaingan usaha.

Namun demikian, perkembangan ekonomi digital menghadirkan tantangan baru dalam penerapan hukum persaingan usaha. Model bisnis platform digital memiliki

karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan pasar konvensional, sehingga diperlukan pendekatan analisis yang lebih komprehensif dalam menilai potensi praktik monopoli dalam ekosistem digital.

Potensi Praktik Monopoli pada Platform Marketplace

Dominasi beberapa platform marketplace besar dalam pasar digital dapat menciptakan struktur pasar yang terkonsentrasi. Dalam situasi tertentu, platform yang memiliki jumlah pengguna besar dapat memperoleh keuntungan kompetitif yang sulit ditandingi oleh pesaing baru. Kondisi ini berpotensi menimbulkan hambatan masuk (*barriers to entry*) bagi pelaku usaha lain yang ingin memasuki pasar yang sama.

Selain itu, beberapa praktik bisnis dalam ekosistem marketplace juga berpotensi menimbulkan kekhawatiran terkait persaingan usaha, seperti penggunaan algoritma untuk menentukan peringkat produk, kebijakan komisi platform, serta strategi promosi yang agresif. Meskipun strategi tersebut merupakan bagian dari mekanisme persaingan bisnis, dalam kondisi tertentu praktik tersebut dapat mempengaruhi struktur pasar dan posisi pelaku usaha kecil dalam marketplace.

Dalam konteks ini, penting untuk menilai apakah praktik tersebut dapat dikategorikan sebagai penyalahgunaan posisi dominan atau justru merupakan bentuk persaingan usaha yang wajar. Penilaian tersebut harus dilakukan secara hati-hati dengan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk struktur pasar, perilaku pelaku usaha, serta dampaknya terhadap konsumen dan pelaku usaha lain.

Dampak Marketplace terhadap UMKM

Marketplace memberikan berbagai peluang bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan produk. Melalui platform digital, UMKM dapat menjangkau konsumen dari berbagai wilayah tanpa harus membuka toko fisik atau mengeluarkan biaya operasional yang besar. Namun di sisi lain, ketergantungan UMKM terhadap platform digital juga dapat menimbulkan tantangan tertentu, terutama apabila kebijakan platform mempengaruhi kemampuan UMKM untuk bersaing secara adil. Dampak positif dan negatif penggunaan marketplace bagi UMKM dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1: Dampak Marketplace terhadap UMKM

Aspek	Dampak Positif	Dampak Negatif
Aspek Pasar	Menjangkau konsumen lebih luas	Ketergantungan pada platform
Biaya usaha	Tidak memerlukan toko fisik	Adanya biaya komisi platform
Persaingan	Membuka peluang usaha baru	Persaingan dengan perusahaan besar
Pemasaran	Promosi lebih mudah melalui fitur digital	Produk UMKM dapat kalah visibilitas

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa marketplace memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM dalam hal akses pasar dan efisiensi biaya. Namun demikian, terdapat pula tantangan terkait ketergantungan terhadap platform serta persaingan dengan pelaku usaha yang memiliki sumber daya lebih besar.

Analisis Hukum terhadap Praktik Marketplace dalam Perspektif Persaingan Usaha

Dalam perspektif hukum persaingan usaha, keberadaan platform marketplace pada dasarnya tidak dilarang selama tidak menimbulkan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. Penilaian terhadap potensi pelanggaran hukum persaingan usaha harus mempertimbangkan apakah suatu platform memiliki posisi dominan di pasar serta apakah posisi tersebut disalahgunakan untuk menghambat pesaing atau merugikan pelaku usaha lain.

Apabila suatu platform marketplace menggunakan kekuatan pasar yang dimilikinya untuk mengendalikan harga, membatasi akses pasar bagi pelaku usaha lain, atau memberikan perlakuan yang tidak adil terhadap pelaku usaha tertentu, maka praktik tersebut berpotensi melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Oleh karena itu, pengawasan terhadap aktivitas platform digital menjadi penting untuk memastikan bahwa perkembangan ekonomi digital tetap berlangsung dalam kerangka persaingan usaha yang sehat.

Di sisi lain, regulasi yang terlalu ketat juga berpotensi menghambat inovasi dalam ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara perlindungan terhadap pelaku usaha kecil dan dukungan terhadap inovasi teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi ekonomi.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan *digital marketplace* membawa manfaat signifikan bagi efisiensi ekonomi dan perluasan akses pasar, namun juga menciptakan risiko *monopoly practice* akibat dominasi platform yang didukung oleh *network effects*, penguasaan data, dan kontrol algoritma. Dalam perspektif *competition law*, kondisi ini menuntut pendekatan regulasi yang lebih adaptif agar mampu mengantisipasi dinamika pasar digital tanpa menghambat inovasi. Implikasi penting dari temuan ini adalah perlunya penguatan peran regulator, khususnya dalam pengawasan praktik penyalahgunaan posisi dominan di platform digital. Secara praktis, pemerintah dan KPPU perlu mengembangkan kebijakan berbasis teknologi, seperti transparansi algoritma dan perlindungan data. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan studi empiris mengenai dampak langsung kebijakan marketplace terhadap UMKM serta perbandingan regulasi internasional guna memperkaya pengembangan *competition law* di era digital.

Referensi

Acquisti, A., Taylor, C., & Wagman, L. (2016). The Economics of Privacy. *Journal of Economic Literature*. <https://doi.org/10.1257/jel.54.2.442>

- Anisah, S. (2021). Dominasi Pasar dalam Platform Digital. *Jurnal Arena Hukum*.
- Armstrong, M. (2006). Competition in Two-Sided Markets. *RAND Journal of Economics*.
<https://doi.org/10.1111/j.1756-2171.2006.tb00037.x>
- Baker, J. B. (2019). Antitrust Paradigm for the Digital Economy. *Harvard Law Review*.
- Belleflamme, P., & Peitz, M. (2019). Managing Competition on a Two-Sided Platform. *Journal of Economics & Management Strategy*. <https://doi.org/10.1111/jems.12269>
- Bukht, R., & Heeks, R. (2017). Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. *Development Informatics*.
- Cennamo, C. (2021). Competing in Digital Markets: A Platform-Based Perspective. *Academy of Management*. <https://doi.org/10.5465/amp.2016.0048>
- Dhea Aulia Putri, M. W. (2025). Monopoli Perdagangan dan Dampaknya terhadap Persaingan Usaha yang Sehat. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*.
<https://doi.org/10.61104/alz.v3i3.1446>
- Etro, F. (2021). Market Power, Competition and Innovation in Digital Markets. *Information Economics and Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2020.100853>
- Faisal, M. (2022). Monopoli dalam Marketplace Digital. *Jurnal Yudisial*.
- Fletcher, A. (2021). *Market Investigations for Digital Platforms*. Cambridge University Press.
- Gilbert, R. (2020). Competition, Innovation, and Antitrust. *Journal of Economic Perspectives*. <https://doi.org/10.1257/jep.34.3.25>
- Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). Digital Economics. *Journal of Economic Literature*.
<https://doi.org/10.1257/jel.20171452>
- Hagiu, A., & Wright, J. (2015). Multi-Sided Platforms. *International Journal of Industrial Organization*. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2015.03.003>
- Haucap, J., & Heimeshoff, U. (2014). Competition Policy in Digital Markets. *Review of Industrial Organization*. <https://doi.org/10.1007/s11151-014-9438-6>
- Inggria, D. L. (2025). Potensi Praktik Monopoli dalam Rencana Merger Grab–Gojek dalam Perspektif Hukum Ekonomi Indonesia. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*.
<https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i4.55248>
- Jullien, B., & Sand-Zantman, W. (2020). The Economics of Platforms: A Theory Guide for Competition Policy. *Information Economics and Policy*.
<https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2020.100880>

- Khan, L. M. (2017). Amazon's Antitrust Paradox. *Yale Law Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2911742>
- Kurniasari, T. W. (2023). Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha UMKM terhadap Penyalahgunaan Posisi Dominan Platform Digital Marketplace melalui Penetapan Harga dan Penguasaan Pasar. *Jurnal Ilmu Hukum Reusam*.
<https://doi.org/10.29103/reusam.v10i2.9577>
- Liu, W. (2026). *Antitrust in the Digital Economy*. Springer (Book Chapter).
- Motta, M., & Peitz, M. (2020). Big Tech Mergers. *Information Economics and Policy*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2911742>
- Newman, E. (2016). Human Security: Reconciling Critical Aspirations with Political Realities. *British Journal of Criminology*. <https://doi.org/10.1093/bjc/azw016>
- Ngebos, F. F. (2025). Analisis Hukum Persaingan Usaha atas Strategi Gratis Ongkir di Platform E-Commerce Indonesia. *Amnesti: Jurnal Hukum*.
<https://doi.org/10.37729/amnesti.v7i2.6626>
- Parker, G. V. (2016). *Platform Revolution*. W. W. Norton & Company.
- Ramli, A. (2020). Persaingan Usaha dalam Ekonomi Digital. *Jurnal Rechts Vinding*.
- Rochet, J. C., & Tirole, J. (2003). Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*. <https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
- Santoso, B. (2020). Regulasi Persaingan Usaha di Era Digital. *Jurnal Hukum & Pembangunan*.
- Simatupang, T. (2020). Regulasi Ekonomi Digital dan Persaingan Usaha. *Jurnal Legislasi Indonesia*.
- Sirait, N. N. (2021). Hukum Persaingan Usaha di Era Digital. *Jurnal Hukum & Pembangunan*.
- Siswanto. (2024). Konsep Aktualisasi Peran Hukum Persaingan Usaha dalam Pasar E-Commerce di Era 5.0 di Indonesia. *Justitiable: Jurnal Hukum*.
<https://doi.org/10.56071/justitiable.v6i2.723>
- Sukmawan, Y. A. (2025). Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris sebagai Strategi Penguatan Perspektif Kajian Ilmu Hukum. *Notary Law Journal*.
<https://doi.org/10.32801/nolaj.v4i3.116>
- Varian, H. R. (2019). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach (9th ed.)*. W. W. Norton & Company.

-
- Vezzoso, S. (2024). Super Apps and the Digital Markets Act. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2404.04506>
- Wiraguna, S. (2024). Metode Normatif dan Empiris dalam Penelitian Hukum: Studi Eksploratif di Indonesia. *Public Sphere: Jurnal Sosial Politik, Pemerintahan dan Hukum*. <https://doi.org/10.59818/jps.v3i3.1390>
- Wörsdörfer, M. (2021). Digital Platforms and Competition Policy: A Business-Ethical Assessment. *Journal for Markets and Ethics*. <https://doi.org/10.2478/jome-2021-0007>
- Yanova, M. H. (2023). Metode Penelitian Hukum: Analisis Problematika Hukum dengan Metode Penelitian Normatif dan Empiris. *Badamai Law Journal*. <http://dx.doi.org/10.32801/damai.v8i2.17423>