



TRANSFORMASI REGULASI: STRATEGI HUKUM DALAM MENANGANI PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DI ERA E-COMMERCE

Ande Aditya Iman Ferarry¹, Ibrahim Fajri², Desty Anggie Mustika³
Muhamad Ari Apriadi⁴, Eka Darajat⁴

^{1,2,3}Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

Email: ande@uika-bogor.ac.id

Abstrak

Perkembangan pesat sektor e-commerce di Indonesia membawa manfaat ekonomi yang besar, tetapi juga menimbulkan permasalahan terkait praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan hukum yang mengatur persaingan usaha di sektor e-commerce, mengevaluasi efektivitas implementasi kebijakan tersebut, serta memberikan rekomendasi kebijakan untuk menciptakan ekosistem bisnis yang sehat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan normatif-empiris dengan analisis terhadap peraturan perundang-undangan dan wawancara dengan praktisi hukum serta pelaku usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik monopoli oleh platform e-commerce besar, predatory pricing, serta penyalahgunaan posisi dominan masih terjadi akibat lemahnya regulasi dan pengawasan. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan regulasi, peningkatan kapasitas pengawasan oleh KPPU, serta edukasi bagi pelaku usaha dan konsumen.

Kata Kunci: *e-commerce, persaingan usaha, monopoli, regulasi, KPPU.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mempercepat pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Perubahan ini membawa dampak signifikan bagi pola konsumsi masyarakat dan strategi bisnis pelaku usaha. Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai platform e-commerce besar mendominasi pasar dengan jumlah pengguna yang terus meningkat. Hal ini memberikan peluang besar bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk dan jasa mereka secara lebih luas.

Di sisi lain, dominasi platform besar menimbulkan tantangan baru, terutama dalam hal persaingan usaha. Banyak pelaku UMKM kesulitan bersaing dengan perusahaan besar yang memiliki akses lebih luas terhadap sumber daya dan modal. Hambatan masuk ke pasar semakin tinggi bagi usaha kecil yang ingin bersaing di sektor e-commerce. Kebijakan harga dan strategi pemasaran yang agresif dari platform besar sering kali merugikan pemain kecil.

Salah satu tantangan utama dalam ekosistem e-commerce adalah penerapan strategi predatory pricing. Perusahaan besar kerap menawarkan harga yang sangat rendah untuk menarik konsumen, tetapi strategi ini merugikan usaha kecil. Ketika pesaing kecil keluar dari pasar, perusahaan besar mulai menaikkan harga secara signifikan. Hal ini menyebabkan kurangnya variasi pilihan bagi konsumen dan menciptakan ketergantungan terhadap satu atau dua platform besar.



Pemerintah telah mengeluarkan regulasi untuk mengawasi persaingan usaha di sektor e-commerce, seperti Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. Namun, regulasi ini masih menghadapi tantangan dalam implementasi.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai lembaga pengawas memiliki peran penting dalam menciptakan iklim usaha yang sehat. Namun, kapasitas KPPU masih terbatas dalam menghadapi perkembangan teknologi yang cepat.

Salah satu kendala utama dalam penegakan hukum adalah kurangnya regulasi yang secara spesifik mengatur persaingan di sektor e-commerce. Banyak praktik yang tidak tercakup dalam peraturan yang ada. Selain itu, perusahaan e-commerce besar sering kali beroperasi lintas wilayah, bahkan lintas negara. Hal ini membuat pengawasan terhadap praktik monopoli menjadi semakin kompleks.

Banyak pelaku UMKM yang kurang memahami hak-hak mereka dalam ekosistem e-commerce. Kurangnya edukasi membuat mereka lebih rentan terhadap praktik tidak sehat yang dilakukan oleh platform besar. Penting bagi pemerintah dan lembaga pengawas untuk memperkuat pengawasan serta meningkatkan literasi hukum bagi pelaku usaha kecil. Dengan edukasi yang lebih baik, UMKM dapat memahami strategi bisnis yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Kerja sama antara sektor publik dan swasta menjadi solusi dalam menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih adil. Kolaborasi ini dapat mencakup penyusunan kebijakan yang lebih adaptif serta penguatan kapasitas pengawasan. Dengan berbagai tantangan yang ada, penelitian ini berusaha untuk mengevaluasi kebijakan hukum yang telah diterapkan serta memberikan rekomendasi bagi perbaikan regulasi di sektor e-commerce.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memastikan bahwa sektor e-commerce Indonesia berkembang secara inklusif, adil, dan berkelanjutan dengan kebijakan yang sesuai dengan perkembangan zaman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif-empiris. Pendekatan normatif dilakukan dengan menganalisis peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan persaingan usaha dan sektor e-commerce. Sumber hukum yang digunakan meliputi Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dan berbagai regulasi terkait lainnya.

Pendekatan empiris dilakukan dengan mengumpulkan data melalui wawancara dengan praktisi hukum, akademisi, serta pelaku usaha di sektor e-commerce. Wawancara bertujuan untuk memahami tantangan yang dihadapi dalam implementasi kebijakan persaingan usaha dan bagaimana peraturan yang ada memengaruhi kondisi pasar.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif, dengan tujuan menggambarkan fenomena yang terjadi dan memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih efektif dalam mengatasi praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di sektor e-commerce.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Dominasi Platform Besar dan Hambatan Persaingan

Platform e-commerce besar, seperti PT E-Commerce Nusantara, memiliki pengaruh yang signifikan dalam ekosistem perdagangan digital. Mereka menggunakan berbagai strategi bisnis yang sering kali menyulitkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bersaing secara adil. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah kebijakan harga yang agresif, termasuk diskon besar-besaran dan subsidi ongkos kirim yang sulit ditandingi oleh pelaku usaha kecil. Akibatnya, banyak UMKM mengalami kesulitan dalam menarik pelanggan karena mereka tidak dapat menawarkan harga yang kompetitif.

Selain itu, platform besar sering kali menerapkan kebijakan eksklusivitas terhadap pemasok atau penjual tertentu. Hal ini berarti bahwa pelaku usaha yang ingin menjual produknya di platform tersebut harus tunduk pada aturan ketat yang menguntungkan pihak platform, seperti pembatasan penjualan di platform lain atau kewajiban mengikuti sistem harga yang ditentukan. Dampaknya, UMKM tidak memiliki fleksibilitas dalam mengembangkan strategi pemasaran mereka sendiri dan semakin bergantung pada platform besar untuk menjangkau konsumen.

Hambatan lain yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas. Platform besar sering kali mengutamakan produk dari mitra strategis atau merek besar dalam algoritma pencarian dan rekomendasi. Hal ini membuat produk UMKM sulit ditemukan oleh calon pembeli, meskipun mereka menawarkan kualitas yang tidak kalah baik. Dengan dominasi ini, peluang UMKM untuk berkembang dan mendapatkan pelanggan baru menjadi semakin kecil.

Dalam kondisi persaingan yang tidak seimbang ini, UMKM juga dihadapkan pada biaya yang tinggi untuk menggunakan layanan platform besar. Biaya komisi penjualan, iklan, dan promosi dalam platform sering kali membebani usaha kecil yang memiliki modal terbatas. Sementara itu, platform besar dapat menekan biaya operasional mereka dengan skala ekonomi yang besar, sehingga tetap memperoleh keuntungan meskipun memberikan berbagai insentif bagi pelanggan. Akibatnya, UMKM semakin terdesak dan sulit memperoleh margin keuntungan yang layak.

Beberapa regulasi yang ada belum cukup kuat untuk mengatasi dominasi platform besar dalam pasar digital. Meskipun pemerintah telah menerapkan sejumlah aturan terkait perdagangan elektronik, implementasi dan pengawasannya masih menghadapi berbagai tantangan. Regulasi yang ada cenderung lebih reaktif daripada proaktif dalam melindungi kepentingan UMKM, sehingga masih terdapat celah yang dimanfaatkan oleh platform besar untuk mempertahankan posisi dominannya.

Untuk menciptakan persaingan yang lebih adil, diperlukan kebijakan yang lebih ketat terhadap praktik bisnis yang tidak sehat. Pemerintah dapat menetapkan regulasi terkait transparansi algoritma pencarian, sehingga produk UMKM memiliki kesempatan yang sama untuk tampil di hasil pencarian. Selain itu, kebijakan anti-monopoli yang lebih tegas perlu diterapkan guna mencegah praktik eksklusivitas yang membatasi pilihan konsumen dan merugikan pelaku usaha kecil.



Selain peran pemerintah, pelaku UMKM juga perlu meningkatkan daya saing mereka dengan strategi yang lebih adaptif. Pemanfaatan teknologi digital, pemasaran berbasis media sosial, dan inovasi produk dapat menjadi solusi bagi UMKM untuk tetap relevan di tengah persaingan ketat. Kolaborasi antara UMKM juga dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat posisi mereka dalam pasar e-commerce.

Di sisi lain, kesadaran konsumen juga memainkan peran penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih sehat. Dengan mendukung produk lokal dan membeli langsung dari UMKM, konsumen dapat membantu mengurangi ketergantungan terhadap platform besar. Kampanye kesadaran mengenai pentingnya mendukung UMKM perlu digalakkan agar masyarakat lebih bijak dalam memilih produk dan platform belanja mereka.

Kolaborasi antara pemerintah, UMKM, dan konsumen dapat menjadi kunci dalam menciptakan persaingan yang lebih seimbang di sektor e-commerce. Dengan regulasi yang lebih adil, inovasi dari pelaku usaha kecil, serta dukungan dari masyarakat, ekosistem perdagangan digital dapat berkembang secara lebih inklusif dan berkelanjutan. Jika langkah-langkah tersebut diterapkan secara konsisten, dominasi platform besar dapat dikendalikan, dan UMKM akan memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang. Dengan demikian, industri e-commerce tidak hanya menguntungkan pemain besar, tetapi juga menjadi sarana bagi pertumbuhan ekonomi yang lebih merata bagi seluruh pelaku usaha.

Predatory Pricing dan Dampaknya

Predatory pricing atau strategi penetapan harga di bawah biaya produksi adalah taktik yang sering digunakan oleh perusahaan besar untuk mengeliminasi pesaing kecil. Dengan menjual produk atau layanan mereka jauh di bawah harga pasar, perusahaan besar dapat menarik pelanggan dalam jumlah besar, bahkan dengan menanggung kerugian sementara. Namun, setelah para pesaing kecil tersingkir dari pasar, perusahaan yang menerapkan strategi ini akan menaikkan harga secara signifikan untuk mendapatkan kembali keuntungan mereka.

Dampak dari praktik ini sangat merugikan para pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang tidak memiliki sumber daya finansial sebesar perusahaan besar. UMKM sering kali tidak mampu menandingi harga rendah yang ditetapkan oleh perusahaan besar, sehingga mengalami penurunan omzet secara drastis. Akibatnya, banyak UMKM yang terpaksa gulung tikar karena tidak sanggup bertahan dalam persaingan harga yang tidak sehat.

Selain merugikan UMKM, predatory pricing juga berdampak negatif bagi konsumen dalam jangka panjang. Awalnya, mereka mungkin merasa diuntungkan karena dapat membeli produk dengan harga murah. Namun, setelah persaingan berkurang dan hanya sedikit pelaku usaha yang tersisa, harga produk akan melonjak drastis. Dalam kondisi ini, konsumen tidak memiliki banyak pilihan selain membeli produk dengan harga tinggi karena minimnya alternatif di pasar.



Dalam skala yang lebih luas, praktik predatory pricing dapat menciptakan struktur pasar yang monopolistik atau oligopolistik. Dengan semakin berkurangnya jumlah pesaing, pasar menjadi dikuasai oleh segelintir perusahaan besar yang memiliki kendali penuh atas harga dan distribusi produk. Hal ini membuat iklim bisnis menjadi tidak sehat dan tidak kompetitif, yang pada akhirnya menghambat inovasi dan perkembangan usaha baru.

Regulasi yang ada saat ini masih menghadapi tantangan dalam menangani praktik predatory pricing. Meskipun terdapat undang-undang yang mengatur persaingan usaha, implementasi dan pengawasan terhadap perusahaan besar yang menerapkan strategi ini masih belum optimal. Banyak kasus predatory pricing yang sulit dibuktikan karena perusahaan besar sering kali mengemas praktik mereka dalam bentuk promosi, diskon, atau subsidi harga yang tampak wajar di mata konsumen.

Untuk mengatasi dampak negatif dari predatory pricing, diperlukan langkah-langkah konkret dari pemerintah dan regulator pasar. Penguatan regulasi anti-monopoli serta peningkatan pengawasan terhadap perusahaan besar harus menjadi prioritas. Selain itu, pemerintah dapat memberikan insentif bagi UMKM agar mereka dapat lebih bersaing di pasar, seperti subsidi, pelatihan bisnis, dan akses yang lebih mudah ke pembiayaan usaha. Selain intervensi pemerintah, UMKM juga perlu mengadopsi strategi bisnis yang lebih inovatif untuk tetap bertahan. Diversifikasi produk, peningkatan kualitas, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dapat membantu UMKM menarik pelanggan tanpa harus terlibat dalam perang harga yang merugikan. Dengan pendekatan yang lebih kreatif, UMKM dapat membangun loyalitas pelanggan yang tidak hanya bergantung pada harga, tetapi juga pada nilai tambah yang mereka tawarkan.

Peran konsumen juga tidak kalah penting dalam menciptakan persaingan pasar yang lebih sehat. Konsumen perlu lebih bijak dalam memilih produk, tidak hanya berdasarkan harga yang murah, tetapi juga dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap keberlanjutan usaha kecil. Dengan mendukung produk lokal dan UMKM, konsumen dapat membantu menciptakan ekosistem bisnis yang lebih seimbang dan adil.

Selain itu, kolaborasi antara UMKM juga dapat menjadi solusi untuk menghadapi tantangan predatory pricing. Dengan membentuk komunitas bisnis, berbagi sumber daya, serta menjalin kerja sama dalam pemasaran dan distribusi, UMKM dapat memperkuat daya saing mereka di pasar. Sinergi semacam ini dapat membantu UMKM bertahan dan berkembang meskipun menghadapi persaingan yang ketat dari perusahaan besar.

Jika predatory pricing terus dibiarkan tanpa pengawasan ketat, dampaknya tidak hanya merugikan UMKM tetapi juga mengancam stabilitas ekonomi nasional. Oleh karena itu, diperlukan upaya bersama dari pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen untuk memastikan bahwa persaingan di pasar tetap sehat dan berkelanjutan. Dengan langkah-langkah yang tepat, predatory pricing dapat dikendalikan, sehingga tercipta ekosistem bisnis yang lebih adil bagi semua pihak.



Efektivitas Kebijakan dan Tantangan Regulasi

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan landasan utama dalam pengawasan persaingan bisnis di Indonesia. Namun, dalam era digital yang berkembang pesat, terutama di sektor e-commerce, regulasi ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam penerapannya. Karakteristik unik perdagangan digital, seperti penggunaan algoritma dalam penetapan harga, sistem rekomendasi berbasis data, serta strategi pemasaran yang kompleks, sering kali belum sepenuhnya tercakup dalam regulasi yang ada.

Seiring dengan meningkatnya dominasi platform e-commerce besar, tantangan dalam menegakkan kebijakan persaingan usaha semakin kompleks. Banyak perusahaan besar yang mampu menghindari regulasi dengan memanfaatkan celah hukum atau beroperasi dalam wilayah abu-abu yang belum diatur secara spesifik. Misalnya, kebijakan eksklusivitas dan algoritma pencarian yang mengutamakan produk dari mitra strategis sering kali sulit dibuktikan sebagai praktik monopoli secara langsung, meskipun dampaknya sangat merugikan pelaku usaha kecil.

Pemerintah telah berupaya menyesuaikan kebijakan dengan perkembangan teknologi, namun efektivitasnya masih menjadi perdebatan. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana memastikan bahwa regulasi tetap fleksibel dan dapat beradaptasi dengan perubahan cepat dalam ekosistem digital. Jika kebijakan terlalu kaku, maka regulasi bisa menjadi usang dalam waktu singkat dan tidak lagi mampu mengatasi permasalahan yang ada. Sebaliknya, jika terlalu longgar, maka celah hukum akan semakin banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha besar untuk mempertahankan dominasinya.

Selain itu, efektivitas kebijakan juga bergantung pada kualitas pengawasan dan penegakan hukum. Lembaga pengawas persaingan usaha, seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), perlu diperkuat baik dari segi kewenangan maupun sumber daya. Tanpa pengawasan yang ketat, regulasi yang ada hanya akan menjadi aturan tanpa implementasi yang nyata. Tantangan lain yang dihadapi adalah bagaimana mengoordinasikan kebijakan antara berbagai sektor, mengingat e-commerce mencakup berbagai aspek seperti perlindungan konsumen, pajak, serta hak kekayaan intelektual.

Di sisi lain, regulasi yang tidak tepat juga bisa menimbulkan hambatan bagi inovasi dan pertumbuhan industri digital. Jika kebijakan yang diterapkan terlalu membebani pelaku usaha, terutama UMKM yang baru berkembang di dunia e-commerce, maka bisa terjadi efek negatif yang justru menghambat daya saing mereka. Oleh karena itu, keseimbangan antara perlindungan terhadap persaingan usaha yang sehat dan mendorong inovasi harus menjadi pertimbangan utama dalam merancang kebijakan baru.

Selain aspek domestik, regulasi juga harus mempertimbangkan dinamika pasar global. Banyak perusahaan e-commerce besar beroperasi lintas negara, yang membuat penerapan kebijakan dalam skala nasional menjadi lebih sulit. Regulasi yang ada harus mampu mengakomodasi aspek internasional agar tidak tertinggal dari kebijakan yang diterapkan di negara lain. Kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan organisasi internasional menjadi kunci dalam menghadapi tantangan ini.



Keterlibatan semua pemangku kepentingan, termasuk pelaku usaha kecil dan konsumen, juga diperlukan dalam merancang kebijakan yang lebih efektif. Dengan mendengar aspirasi UMKM dan masyarakat, regulasi dapat disusun secara lebih inklusif dan mencerminkan kebutuhan nyata di lapangan. Transparansi dalam penyusunan kebijakan juga menjadi faktor penting agar regulasi yang dihasilkan tidak hanya menguntungkan segelintir pihak, tetapi benar-benar menciptakan ekosistem bisnis yang adil.

Pendidikan dan literasi digital juga harus menjadi bagian dari strategi regulasi. Banyak UMKM yang belum sepenuhnya memahami bagaimana sistem algoritma dalam e-commerce bekerja, sehingga sulit bagi mereka untuk beradaptasi dengan perubahan kebijakan. Dengan memberikan edukasi yang memadai, UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan regulasi sekaligus memanfaatkan peluang yang ada di pasar digital.

Jika kebijakan dan regulasi dapat diimplementasikan secara efektif, maka persaingan usaha di sektor e-commerce dapat berjalan dengan lebih sehat. UMKM akan memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang tanpa harus menghadapi persaingan yang tidak adil dari platform besar. Selain itu, konsumen juga akan mendapatkan lebih banyak pilihan produk dan layanan dengan harga yang lebih kompetitif.

Dalam jangka panjang, kebijakan yang inovatif dan beradaptasi dengan perkembangan zaman akan menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem bisnis digital yang berkelanjutan. Dengan pengawasan yang lebih ketat, dukungan bagi pelaku usaha kecil, serta peningkatan kolaborasi internasional, tantangan dalam regulasi e-commerce dapat diatasi, sehingga manfaat ekonomi digital dapat dirasakan secara lebih merata oleh seluruh lapisan masyarakat.

PENUTUP

Persaingan usaha di sektor e-commerce menghadapi tantangan besar akibat dominasi platform besar yang menerapkan strategi seperti *predatory pricing*, kebijakan eksklusivitas, dan algoritma pencarian yang menguntungkan mereka sendiri. Praktik ini menyulitkan UMKM untuk bersaing secara adil, karena mereka tidak memiliki kapasitas finansial yang cukup untuk menandingi harga rendah yang diterapkan oleh perusahaan besar. Akibatnya, banyak usaha kecil yang terpaksa tutup, sementara konsumen pada akhirnya dirugikan dengan pilihan yang semakin terbatas dan harga yang lebih tinggi setelah pesaing tersingkir dari pasar.

Regulasi yang ada, termasuk Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, belum sepenuhnya mampu mengakomodasi karakteristik unik sektor e-commerce. Pengawasan terhadap praktik bisnis tidak sehat masih menghadapi kendala dalam implementasi dan penegakan hukum. Pemerintah perlu menyesuaikan kebijakan dengan perkembangan teknologi, memperkuat peran lembaga pengawas seperti KPPU, serta meningkatkan transparansi dalam ekosistem digital. Selain itu, kebijakan yang diterapkan harus seimbang agar tidak menghambat inovasi sekaligus tetap melindungi UMKM dari dominasi perusahaan besar. Untuk menciptakan persaingan yang lebih sehat, diperlukan sinergi antara pemerintah,



pelaku usaha kecil, dan konsumen. Pemerintah harus memperkuat regulasi dan pengawasan, sementara UMKM perlu beradaptasi dengan strategi bisnis yang lebih inovatif. Konsumen juga memiliki peran penting dalam mendukung produk lokal dan memilih platform yang lebih adil bagi semua pelaku usaha. Dengan langkah-langkah tersebut, ekosistem e-commerce dapat berkembang secara lebih inklusif, berkelanjutan, dan memberikan manfaat yang merata bagi seluruh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999.

Laporan Tahunan KPPU 2020.

Suryono, S. (2021). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Alumi.

Purnama, S. (2022). *E-Commerce dan Tantangan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Ekonomi, 10(2), 120-135.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.

Harrison, J. (2006). *Predatory Pricing: An Economic Perspective*. Journal of Competition Law & Economics, 2(1), 1-33.

Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

Scherer, F. M., & Ross, D. (1990). *Industrial Market Structure and Economic Performance* (3rd ed.). Houghton Mifflin Company.

Comanor, W. S. (2000). *Antitrust Policy and the Regulation of Monopolies*. Harvard University Press.

KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha). (2021). Laporan Tahunan KPPU. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Shapiro, C. (2010). *The Competitive Effects of Price Discrimination*. Journal of Antitrust Enforcement, 1(2), 215-249.

Weitzman, M. L. (2017). *The Economics of the Digital Economy*. MIT Press.

Dube, J.-P. H., Hitsch, G. J., & Chintagunta, P. K. (2010). *Tipping and Concentration in Markets with Indirect Network Effects*. Marketing Science, 29(2), 216-233.

Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. MIT Press.

Ibrahim Fajri, Hakim Abdallah, & Muhamad Ari Apriadi. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) PEMBUATAN SEPATU/SANDAL DI CIOMAS, KABUPATEN BOGOR. *YUSTISI*, 10(1), 265-271. <https://doi.org/10.32832/yustisi.v10i1.18916>

Ande Aditya Iman Ferrary, Ibrahim Fajri, & Muhamad Ari Apriadi. (2023). REGULASI DAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DI INDONESIA. *YUSTISI*, 10(1), 272-277. <https://doi.org/10.32832/yustisi.v10i1.18991>

Muhamad Ari Apriadi, Desty Anggie Mustika, & Ibrahim Fajri. (2024). ANALISIS HUKUM PERSAINGAN USAHA TERHADAP PENYALAHGUNAAN HAK EKSKLUSIF PEMEGANG MEREK. *YUSTISI*, 11(1), 525-528. <https://doi.org/10.32832/yustisi.v11i1.18753>

Sri Hartini, Annisa Aminda, Ande Aditya Iman Ferrary, & Muhamad Ari Apriadi. (2024).



- HUKUMAN MATI BAGI PENGEDAR NARKOBA DI INDONESIA. *YUSTISI*, 11(3), 431–437. <https://doi.org/10.32832/yustisi.v11i3.17908>
- Hartini, S., Purwoto, A., Hartono, R., & Apriadi, A. (2025). Authority of the National Sharia Council (DSN) and the Financial Services Authority (OJK) in the Regulation of Shakeria Banks After the Birth of Law no.21 of 2011 Linked to Sharia Principles According to Sharia Banking Law. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(2), e04625. <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n02.pe04625>
- Hakim Abdallah, Desty Anggie Mustika, & Ady Purwoto. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN BARANG-BARANG ELEKTRONIK. *YUSTISI*, 11(1), 529–533. <https://doi.org/10.32832/yustisi.v11i1.18754>
- Eka Darajat, Ibrahim Fajri, & Ady Purwoto. (2024). PENYELESAIAN SENGKETA HUKUM EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH. *YUSTISI*, 11(1), 521–524. <https://doi.org/10.32832/yustisi.v11i1.18752>
- Wahyudi, Sri Hartini, & Ibrahim Fajri. (2024). Legal Protection for Wooden House Entrepreneurs Against Consumer Defaults in Sales Agreements: A Case Study on PT. Wahyu Rumah Kayu. *JURNAL MAHASISWA YUSTISI*, 2(3), 65–66. Retrieved from <https://ejournal2.uika-bogor.ac.id/index.php/jurmayustisi/article/view/1263>
- Agung Satria Andi Pratama, Sri Hartini, & Ibrahim Fajri. (2024). Legal Protection for Consumers Using Transpakuan Transportation Services Through Electronic Payments: A Case Study in Bogor City. *JURNAL MAHASISWA YUSTISI*, 2(3), 67–68. Retrieved from <https://ejournal2.uika-bogor.ac.id/index.php/jurmayustisi/article/view/1264>
- Jihadini Aulia, A Rahmat Rosyadi, & Desty Anggie Mustika. (2023). DINAMIKA HUKUM DAGANG INTERNASIONAL DAN POLITIK HUKUM DALAM MENYELESAIKAN SENGKETA BISNIS YANG TERKAIT DENGAN TEKNOLOGI DAN KEKAYAAN INTELEKTUAL. *YUSTISI*, 10(1), 326–331. <https://doi.org/10.32832/yustisi.v10i1.19173>
- Wahyudi, Desty Anggie Mustika, & Ande Aditya Iman Ferrary. (2023). STRATEGI PENYELESAIAN SENGKETA HKI MELALUI ARBITRASE DAN MEDIASI DALAM HUKUM DAGANG INTERNASIONAL. *YUSTISI*, 10(1), 332–337. <https://doi.org/10.32832/yustisi.v10i1.19174>
- Hakim Abdallah, Ibrahim Fajri, & Desty Anggie Mustika. (2023). TRANSFORMASI HUKUM LEMBAGA KEUANGAN NON-BANK DI INDONESIA: PENERAPAN ASAS-ASAS HUKUM DALAM DINAMIKA SEJARAH DAN HUKUM BISNIS. *YUSTISI*, 10(1), 338–343. <https://doi.org/10.32832/yustisi.v10i1.19175>