

Analisis Posisi Dominan dalam Studi Kasus Akuisisi Tokopedia oleh Tiktok dalam Pasar E-Commerce Menurut Hukum Persaingan Usaha di Indonesia = Analysis of Dominant Position in the Case Study of the Acquisition of Tokopedia by Tiktok in the E-Commerce Market According to Antitrust Law in Indonesia

Winona Devina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920549994&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini menganalisis fakta terkait posisi dominan yang ditimbulkan dari akuisisi Tokopedia oleh Tiktok menurut Hukum Persaingan Usaha di Indonesia serta akibat hukum terhadap posisi dominan dalam big data yang dimiliki Tiktok dalam pasar e-commerce menurut Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. Skripsi ini disusun dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif, di mana data yang digunakan berasal perundang-undangan, artikel-artikel, beserta buku-buku. Pada faktanya, Tokopedia dan TikTok Shop tidak memenuhi kriteria batasan penguasaan pangsa pasar yang dimaksudkan oleh Pasal 25 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sehingga dugaan penyalahgunaan posisi dominan tidak terbukti. Namun, TikTok diketahui menguasai penetrasi media sosial di Indonesia sebesar 73% yang menunjukkan bahwa TikTok mempunyai posisi dominan dalam pangsa pasar media sosial di Indonesia, walaupun tidak di dalam pangsa pasar e-commerce. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan interaksi data dari media sosial TikTok dengan Tokopedia yang berada di bawah kendali TikTok. Interaksi ini dapat berakibat pada potensi penyalahgunaan dan penguasaan big data, di mana big data tersebut berkaitan erat dengan konsep fasilitas esensial (essential facility). Oleh sebab itu, TikTok memiliki potensi untuk memonopoli pasar dengan memanfaatkan fasilitas esensial berupa big data konsumen Indonesia yang dimilikinya. Agar hukum persaingan usaha yang diimplementasikan dapat relevan dengan teknologi yang semakin berkembang seiring berjalannya waktu, KPPU perlu mempertimbangkan pemanfaatan big data dalam menentukan posisi dominan sehingga persaingan usaha yang tidak sehat dapat dicegah.

.....This thesis analyzes the facts related to the dominant position that resulted from the acquisition of Tokopedia by Tiktok according to Antitrust Law in Indonesia and the legal consequences of the dominant position in big data owned by Tiktok in the e-commerce market according to Antitrust Law in Indonesia. This thesis is prepared using a normative juridical research method, where the collected data comes from existing laws, articles, and books. In fact, Tokopedia and TikTok Shop do not meet the criteria for market share control limits defined by Article 25 paragraph (2) of Law Number 5 Year 1999 and therefore the presumption of abuse of dominant position is not proven. However, TikTok is known to control social media penetration in Indonesia by 73%, which shows that TikTok has a dominant position in the social media market share in Indonesia, although not in the e-commerce market share. This can be associated with the data interaction from TikTok's social media with Tokopedia, which is under TikTok's control. This interaction may lead to the potential of misuse and control of big data, where big data is closely related to the concept of essential facility. As a result, TikTok has the potential to monopolize the market by exploiting the essential facility of Indonesian consumers' big data. In order to make the implemented antitrust law relevant to the developing technology over time, KPPU needs to consider the utilization of big data in determining the dominant position thus unfair business competition can be prevented.