

PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN STRUKTUR PASAR DALAM INTEGRASI BISNIS E-COMMERCE: ANALISIS DARI PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA

Bariza Ni'ma¹, Zatwa Amelia², Firdaus Aditya Saputra³
Program Pascasarjana Magister Hukum, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin
E-mail: firdausadityas01@gmail.com³

ABSTRAK

Transformasi digital telah mendorong praktik integrasi bisnis dalam sektor e-commerce, seperti merger, akuisisi, dan ekspansi lintas platform. Integrasi ini menciptakan efisiensi dan skala ekonomi, namun juga menimbulkan konsentrasi pasar yang berisiko melemahkan persaingan usaha dan merugikan konsumen. Artikel ini menganalisis bagaimana integrasi bisnis digital memengaruhi struktur pasar serta mengevaluasi efektivitas Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam merespons tantangan tersebut. Dengan pendekatan yuridis normatif dan studi kepustakaan, ditemukan bahwa hukum persaingan usaha Indonesia belum secara komprehensif mengatur dominasi berbasis data, efek jaringan, dan kompleksitas lintas sektor yang khas dalam ekonomi digital. Selain kekosongan norma, keterbatasan kapasitas pengawasan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) juga menjadi hambatan dalam pengendalian praktik integrasi yang eksklusif. Oleh karena itu, diperlukan reformulasi regulasi, penguatan kelembagaan, dan harmonisasi lintas sektor hukum agar tercipta ekosistem digital yang kompetitif, adil, dan berpihak pada konsumen.

Kata kunci

e-commerce, integrasi bisnis digital, hukum persaingan usaha, dominasi pasar, perlindungan konsumen.

ABSTRACT

Digital transformation has driven business integration practices in the e-commerce sector, including mergers, acquisitions, and cross-platform expansion. While these integrations generate operational efficiency and economies of scale, they also lead to market concentration that may undermine fair competition and harm consumers. This article examines the impact of digital business integration on market structure and evaluates the effectiveness of Law No. 5 of 1999 in addressing these challenges. Using a normative legal approach and literature review, the study finds that Indonesia's competition law does not yet comprehensively regulate data-driven dominance, network effects, or cross-sector complexity inherent in the digital economy. In addition to normative gaps, limited institutional capacity of the Indonesian Competition Commission (KPPU) poses a barrier to effective oversight of exclusionary business practices. Therefore, regulatory reform, institutional strengthening, and legal harmonization are needed to create a digital ecosystem that is competitive, equitable, and consumer-oriented.

Keywords

e-commerce, digital business integration, competition law, market dominance, consumer protection.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat selama dua dekade terakhir telah mengubah lanskap ekonomi secara fundamental, khususnya pada sektor perdagangan elektronik (e-commerce). E-commerce sebagai model bisnis yang mengandalkan platform digital memungkinkan transaksi lintas batas dengan efisiensi tinggi dan skala pasar yang luas (Laudon dan Traver, 2023). Di tengah persaingan yang semakin ketat, pelaku usaha cenderung mengadopsi strategi integrasi bisnis melalui akuisisi, merger, dan ekspansi vertikal maupun horizontal untuk memperkuat posisi kompetitif dan

memanfaatkan efek jaringan (*network effects*) (Chen et all, 2014). Integrasi ini, sekaligus, mengubah struktur pasar dengan kecenderungan menuju konsentrasi yang tinggi, yang dapat menimbulkan risiko oligopoli dan hambatan masuk pasar bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) (Motta, 2019).

Pada praktiknya, hal ini dapat dilihat pada kasus akuisisi Tokopedia oleh Gojek yang membentuk entitas GoTo, yang memusatkan kendali atas berbagai sektor digital strategis, mulai dari e-commerce, ride-hailing, hingga pembayaran digital. Konsentrasi tersebut menimbulkan kekhawatiran akan terbentuknya dominasi pasar dan potensi penyalahgunaan posisi dominan (KPPU, 2021). Dalam perspektif ekonomi industri, struktur pasar yang terkonsentrasi berpotensi mengurangi intensitas persaingan sehat dan mengakibatkan praktik harga yang tidak wajar, penurunan kualitas layanan, serta stagnasi inovasi (Motta, 2019). Oleh karena itu, regulasi hukum persaingan usaha memainkan peranan vital dalam mengawasi praktik integrasi bisnis agar tidak menciptakan monopoli atau persaingan tidak sehat yang merugikan konsumen maupun pelaku usaha lain (Whish dan Balley, 2018). Prinsip utama hukum persaingan usaha adalah menyeimbangkan kebebasan berusaha dengan perlindungan terhadap efisiensi pasar dan kepentingan publik.

Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No. 5/1999) menjadi dasar hukum utama dalam pengaturan perilaku anti-persaingan. Pasal 25 dalam UU ini secara tegas melarang pelaku usaha yang menguasai pasar melakukan praktik diskriminatif atau membatasi pasar yang merugikan persaingan (UU No 5, 1999). Namun perkembangan model bisnis digital menghadirkan tantangan hukum baru yang belum sepenuhnya diakomodasi oleh regulasi eksisting, terutama dalam pengawasan merger lintas sektor dan lintas yurisdiksi (KPPU, 2022). Kapasitas kelembagaan pengawas seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) masih terbatas, sementara dinamika teknologi berjalan sangat cepat, menciptakan potensi celah hukum yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha dominan. Selain itu, aspek perlindungan konsumen menjadi dimensi yang tidak terpisahkan dalam konteks integrasi bisnis e-commerce. Konsumen dalam ekosistem digital sering kali berada dalam posisi lemah akibat keterbatasan informasi, kompleksitas teknologi, dan ketergantungan pada platform dominan. Praktik penyalahgunaan posisi dominan seperti diskriminasi harga, pembatasan akses terhadap produk alternatif, dan penyebaran informasi yang tidak lengkap atau menyesatkan berpotensi mengganggu hak konsumen. Sehingga harmonisasi antara hukum persaingan usaha dan perlindungan konsumen sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem digital yang adil dan berkelanjutan.

Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana praktik integrasi bisnis dalam industri e-commerce memengaruhi struktur pasar dan perlindungan konsumen di Indonesia. Penelitian ini juga menilai sejauh mana efektivitas kerangka hukum persaingan usaha, khususnya UU No. 5 Tahun 1999 dan peran KPPU, dalam merespons tantangan tersebut. Pendekatan normatif digunakan dengan didukung studi kasus untuk mengidentifikasi persoalan dan menawarkan rekomendasi penguatan kebijakan hukum di Era transformasi digital.

2. METODE PENELITIAN

Penulisan artikel ini menggunakan metode penelitian hukum normatif (*doctrinal legal research*) yaitu metode yang menitikberatkan pada studi pustaka terhadap peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, serta putusan pengadilan (Soekanto dan Mamudji, 2001). Penulisan artikel ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas hukum persaingan usaha Indonesia dalam merespons integrasi bisnis dalam sektor e-commerce. Fokusnya terletak

pada studi terhadap norma hukum positif, terutama Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, serta analisis terhadap putusan dan kebijakan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).

Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus. Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah ketentuan dalam UU No. 5 Tahun 1999, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta regulasi teknis KPPU terkait merger dan akuisisi. Pendekatan konseptual mengkaji prinsip persaingan sehat dan perlindungan konsumen dalam kerangka ekonomi digital, sedangkan pendekatan kasus digunakan untuk menganalisis studi kasus GoTo dan dugaan praktik anti-persaingan oleh pelaku usaha digital lainnya (KPPU, 2021).

Sumber data diperoleh melalui studi pustaka, dengan bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan dan putusan KPPU, serta bahan hukum sekunder seperti jurnal ilmiah, buku, laporan lembaga nasional dan internasional, termasuk OECD dan FTC (Motta, 2019). Analisis dilakukan secara kualitatif dengan metode interpretasi hukum, yakni penafsiran sistematis dan teleologis untuk menilai kesesuaian norma hukum dengan dinamika digitalisasi ekonomi (Soekanto dan Mamudji, 2001).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengaruh Integrasi Bisnis E-Commerce terhadap Struktur Pasar dan Persaingan Usaha di Indonesia

Integrasi bisnis dalam sektor e-commerce merupakan fenomena yang tidak terelakkan dalam dinamika ekonomi digital global. Di Indonesia, strategi integrasi bisnis tidak hanya dilakukan melalui merger dan akuisisi, tetapi juga melalui ekspansi vertikal dan horizontal lintas sektor oleh pelaku usaha digital besar. Tujuan utamanya adalah mengkonsolidasikan kekuatan pasar, mengoptimalkan skala ekonomi, dan menciptakan efek jaringan (*network effects*) yang memperkuat posisi dominan dalam ekosistem digital. Namun, strategi tersebut membawa implikasi serius terhadap struktur pasar dan tatanan hukum persaingan usaha. Ketika beberapa entitas digital besar saling bergabung dan mengendalikan berbagai segmen pasar mulai dari marketplace, layanan keuangan, logistik, hingga transportasi maka terciptalah ekosistem tertutup yang mengurangi ruang kompetisi terbuka (Motta, 2019). Contoh konkret dapat ditemukan dalam merger Gojek dan Tokopedia yang menghasilkan GoTo Group, perusahaan teknologi raksasa dengan kapabilitas lintas sektor, dari e-commerce hingga on-demand services. Konsentrasi ini mempersempit peluang bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk mengakses pasar secara adil karena mereka dihadapkan pada hambatan struktural dan teknologi yang semakin kompleks.

Konsep *barriers to entry* dalam hukum persaingan modern tidak lagi terbatas pada modal dan infrastruktur fisik, tetapi juga mencakup akses terhadap data konsumen, algoritma distribusi, dan user base (*vans dan Schmalensee*). Pada platform digital pelaku usaha yang lebih dahulu mengintegrasikan sistem logistik, pembayaran, dan distribusi berbasis data memiliki keunggulan yang sangat sulit disaingi. Ini mengarah pada *lock-in effect*, di mana konsumen dan produsen "terjebak" dalam satu platform karena tingginya biaya pindah (*switching cost*), sehingga memperkuat dominasi pasar entitas tersebut.

Implikasi hukum dari dominasi pasar yang ditimbulkan oleh integrasi bisnis digital adalah meningkatnya potensi terjadinya praktik eksklusif terhadap pesaing dan manipulasi pasar melalui instrumen teknologi. Dalam konteks hukum persaingan usaha, praktik ini dapat dikualifikasikan sebagai penyalahgunaan posisi dominan (*abuse of dominant position*) sebagaimana diatur dalam Pasal 25 ayat (1) UU No. 5 Tahun 1999. Pelaku usaha dominan dapat melakukan pengikatan (*tying arrangements*) antara layanan inti dan layanan tambahan yang masih dalam satu ekosistem, sehingga memaksa konsumen untuk

menggunakan layanan dari penyedia yang sama. Dalam banyak kasus, algoritma distribusi digunakan untuk memprioritaskan produk dari mitra internal platform, mengaburkan objektivitas pencarian, dan mendistorsi pilihan konsumen. Praktik ini secara substansi bertentangan dengan asas fair competition, karena tidak memberi kesempatan yang setara bagi pelaku usaha di luar ekosistem dominan (Gilo dan Spiegel, 2018). Dampaknya tidak hanya pada kompetitor, tetapi juga pada hak-hak konsumen yang dirugikan akibat penyempitan pilihan dan potensi manipulasi harga. Dalam jangka panjang, ketika persaingan telah berhasil ditekan, pelaku dominan dapat melakukan kenaikan harga secara sepihak tanpa risiko kehilangan konsumen secara signifikan hal ini merupakan sebuah kondisi klasik dari pasar tidak kompetitif.

Meskipun Indonesia memiliki kerangka hukum yang mengatur larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat melalui Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, namun faktanya menunjukkan bahwa regulasi tersebut masih bersifat general dan belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika pasar digital. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tidak secara eksplisit mengatur model bisnis berbasis multi-sided platforms, big data, atau penyalahgunaan algoritma, padahal aspek-aspek inilah yang menjadi instrumen dominasi dalam ekosistem digital modern.

Salah satu kritik mendasar adalah pendekatan formalistik dalam menilai dominasi pasar yang masih bergantung pada parameter market share, yang tidak cukup mencerminkan kekuatan pasar dalam konteks digital. Seorang pelaku usaha dapat menguasai ekosistem ekonomi digital melalui akses terhadap data dan algoritma tanpa harus memiliki pangsa pasar konvensional yang besar. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan pendekatan substantif dan kontekstual yang lebih responsif terhadap struktur baru pasar digital.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai otoritas pengawas memang telah mulai merespons fenomena ini melalui pengawasan terhadap merger dan akuisisi digital, namun kapasitas teknis dan dukungan regulasi sektoral yang belum terintegrasi menjadi kendala serius. Regulasi sektoral di bidang fintech, logistik, dan telekomunikasi belum sepenuhnya sinkron dengan prinsip-prinsip hukum persaingan, sehingga membuka potensi regulatory arbitrage dan fragmentasi kebijakan.

Integrasi bisnis dalam e-commerce harus dilihat tidak hanya dalam perspektif efisiensi ekonomi, tetapi juga dalam kerangka keadilan ekonomi dan kepentingan publik. Keadilan struktural mensyaratkan bahwa setiap pelaku usaha memiliki akses yang setara terhadap pasar dan bahwa tidak ada entitas yang memperoleh keuntungan kompetitif secara tidak adil melalui dominasi struktural. Di sinilah hukum persaingan usaha memiliki mandat bukan hanya untuk mencegah praktik monopoli, tetapi juga untuk menciptakan struktur pasar yang inklusif dan demokratis. Dengan demikian, integrasi bisnis dalam e-commerce berdampak signifikan terhadap struktur pasar dan persaingan usaha di Indonesia. Di satu sisi, integrasi dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing nasional dalam era ekonomi digital. Namun, tanpa pengawasan hukum yang ketat dan reformasi regulasi yang adaptif, dominasi pelaku usaha besar akan menciptakan struktur pasar yang tertutup, menghambat inovasi, merugikan konsumen, dan mencederai prinsip keadilan ekonomi yang menjadi fondasi hukum persaingan di negara hukum yang demokratis.

3.2 Efektivitas Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam Mengawasi Praktik

Integrasi Bisnis Digital yang Berpotensi Merugikan Konsumen dan Pelaku Usaha Lain

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut UU No. 5 Tahun 1999) merupakan instrumen hukum utama yang bertujuan mencegah dominasi pasar oleh pelaku usaha tertentu yang dapat merugikan persaingan usaha yang sehat. Namun, dalam konteks

ekonomi digital, efektivitas substansi maupun implementasi undang-undang ini menghadapi sejumlah tantangan serius, terutama dalam mengawasi praktik integrasi bisnis digital yang seringkali kompleks dan transnasional. Salah satu kelemahan mendasar adalah bahwa definisi “pelaku usaha dominan” dan “penguasaan pasar” dalam UU No. 5 Tahun 1999 masih bertumpu pada pendekatan kuantitatif seperti besaran pangsa pasar dan nilai transaksi. Pendekatan ini kurang relevan dalam ekonomi digital, di mana dominasi pasar tidak selalu tercermin dalam angka penjualan, tetapi justru terwujud dalam penguasaan data, algoritma, dan efek jaringan (*network effects*). Sebagai contoh, perusahaan dapat mengendalikan pasar melalui ketergantungan konsumen dan pelaku usaha terhadap ekosistem digitalnya, tanpa harus memonopoli satu sektor secara formal.

Pengaturan mengenai penggabungan dan pengambilalihan usaha (*merger dan akuisisi*) dalam Pasal 28 UU No. 5 Tahun 1999 masih bersifat pasca-transaksi (*post-merger notification*). Hal ini menyebabkan potensi praktik integrasi yang merugikan tidak dapat dicegah sejak awal. Selain itu, batas ambang notifikasi yang berdasarkan nilai aset atau penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2010 cenderung tidak mencakup akuisisi perusahaan teknologi kecil yang memiliki potensi besar namun belum menghasilkan pendapatan tinggi. Dalam praktik global, akuisisi seperti ini sering disebut sebagai *killer acquisition*, yaitu strategi perusahaan besar untuk menghilangkan pesaing potensial sejak dini.

Pada aspek penegakan hukum, KPPU menghadapi keterbatasan dalam kapasitas teknis dan yurisdiksional, terutama terhadap platform digital lintas negara. Tantangan ini semakin besar karena sifat aktivitas ekonomi digital seringkali tidak terikat pada batas geografis dan hukum nasional. Penegakan hukum melalui mekanisme administratif juga memerlukan waktu yang panjang dan tidak jarang menjadi tidak efektif karena putusan yang dapat ditunda atau dibatalkan melalui upaya hukum di peradilan umum. Selain itu dampak integrasi bisnis digital terhadap konsumen belum sepenuhnya dijawab oleh UU No. 5 Tahun 1999, karena undang-undang ini tidak secara eksplisit memuat norma perlindungan konsumen. Padahal, integrasi tersebut sering menyebabkan konsumen berada dalam posisi yang rentan akibat praktik *lock-in*, penyalahgunaan data pribadi, diskriminasi harga berbasis algoritma, hingga minimnya pilihan alternatif di pasar. Kondisi ini memperlihatkan adanya kekosongan regulasi dalam merespons keterkaitan antara hukum persaingan usaha dan perlindungan konsumen di era digital.

Beberapa studi internasional menyarankan perlunya pendekatan baru dalam menilai dominasi pasar, termasuk pengukuran berbasis kekuatan platform dan data, ketergantungan pelaku usaha lain terhadap ekosistem, serta dampaknya terhadap dinamika pasar dalam jangka panjang (Motta, 2019). Di Indonesia, beberapa regulasi sektoral seperti Peraturan Menteri Kominfo No. 5 Tahun 2020 memang mulai mengatur mengenai pengendalian data dan sistem elektronik, namun sayangnya belum terintegrasi dengan kerangka hukum persaingan usaha. Dengan demikian, efektivitas UU No. 5/1999 dalam mengawasi praktik integrasi bisnis digital masih terbatas dan bersifat reaktif. Untuk memperkuat fungsinya, revisi dan penguatan substansi hukum perlu dilakukan, antara lain melalui:

- a. Pengembangan indikator baru dominasi pasar berbasis data dan jaringan;
- b. Perubahan pendekatan notifikasi merger menjadi berbasis substansi (*pre-merger notification*);
- c. Peningkatan kapasitas kelembagaan KPPU, termasuk kerjasama lintas sektor;
- d. Harmonisasi dengan rezim perlindungan konsumen dan data pribadi.

Tanpa reformasi tersebut, hukum persaingan usaha akan terus tertinggal dalam menghadapi tantangan integrasi bisnis digital, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya efisiensi pasar, melemahnya inovasi, serta meningkatnya kerugian konsumen.

4. KESIMPULAN

Integrasi bisnis dalam sektor e-commerce telah menjadi strategi dominan dalam membentuk ekosistem ekonomi digital. Namun, praktik integrasi ini membawa konsekuensi struktural terhadap pasar, yaitu terjadinya konsentrasi kekuatan ekonomi yang cenderung mengarah pada dominasi platform digital tertentu. Dalam konteks Indonesia, struktur hukum yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat belum sepenuhnya mampu menjawab tantangan baru tersebut.

Secara substansial, ketentuan dalam UU No. 5 Tahun 1999 belum mengatur secara spesifik kriteria dominasi berbasis data, efek jaringan, dan keterkaitan lintas platform yang menjadi ciri khas ekonomi digital. Dalam praktiknya, banyak integrasi digital yang luput dari pengawasan karena mekanisme notifikasi yang terbatas hanya pada nilai aset dan penjualan. Selain itu, KPPU sebagai lembaga pengawas menghadapi kendala kelembagaan, sumber daya teknis, serta yurisdiksi dalam menanggulangi pelanggaran di ruang digital yang bersifat lintas sektor dan lintas negara. Kemudian perlindungan terhadap konsumen sebagai bagian integral dari ekosistem persaingan usaha belum menjadi perhatian utama dalam UU No. 5 Tahun 1999. Konsumen dalam platform digital rentan terhadap praktik diskriminatif, penyalahgunaan data, dan penurunan kualitas layanan akibat minimnya pilihan pasar. Fragmentasi regulasi antara hukum persaingan, perlindungan konsumen, dan perlindungan data pribadi turut memperlemah efektivitas tata kelola pasar digital yang adil dan berkelanjutan.

Berdasarkan hal tersebut maka untuk merespons tantangan tersebut secara progresif dan berkelanjutan, diperlukan langkah-langkah strategis sebagai berikut:

- a. Revisi Substansi UU No. 5 Tahun 1999
Revisi perlu dilakukan dengan memasukkan indikator kekuatan pasar digital, seperti dominasi data, akses eksklusif ke pengguna, dan algoritma yang bersifat eksklusif. Selain itu, diadopsinya sistem pre-merger notification berbasis potensi dampak kompetitif, bukan hanya nilai transaksi, akan memperkuat pencegahan terhadap integrasi anti-kompetitif.
- b. Penguatan Kelembagaan dan Teknologi KPPU
KPPU harus diperkuat melalui pembentukan unit analisis digital economy yang memiliki kapasitas dalam menilai perilaku platform, algoritma, dan struktur data. Kolaborasi lintas lembaga seperti dengan Kominfo, OJK, dan Kemenperin juga perlu diperluas.
- c. Integrasi Regulasi Sektor Digital
Diperlukan harmonisasi antara UU Persaingan Usaha, UU Perlindungan Konsumen, dan UU Perlindungan Data Pribadi agar konsumen mendapatkan perlindungan holistik dalam satu kerangka regulasi yang konsisten, terutama terhadap dominasi platform digital.
- d. Penguatan Peradilan Kompetisi
Pendirian pengadilan khusus persaingan usaha atau chamber kompetisi dalam lingkungan peradilan tata usaha negara akan mendukung efektivitas penegakan hukum, mempercepat proses, dan meningkatkan kepastian hukum bagi pelaku usaha maupun konsumen.

Dengan reformasi yang menyeluruh baik dari aspek substansi, kelembagaan, maupun integrasi regulasi, hukum persaingan usaha di Indonesia akan mampu mengimbangi dinamika integrasi bisnis digital dan menjamin terciptanya pasar yang kompetitif, inklusif, dan berpihak pada kepentingan publik.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Chen, M., Mao, S., & Liu, Y., "Big Data: A Survey," *Mobile Networks and Applications*, Vol. 19, No. 2 (2014)
- Gilo, D., & Spiegel, Y., "Consumer Protection and Competition Law," *Journal of Competition Law & Economics*, Vol. 14, No. 1 (2018)
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Laporan Penilaian Awal Terhadap Akuisisi Tokopedia oleh Gojek (GoTo)*, 2021
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Laporan Tahunan 2022*
- Laudon, K. C., & Traver, C. G., *E-Commerce 2023: Business, Technology and Society* (15th ed., Pearson, 2023)
- Motta, M., *Competition Policy: Theory and Practice* (Cambridge University Press, 2004)
- OECD, *Competition and the Digital Economy* (OECD Publishing, 2019); Federal Trade Commission (FTC), *Merger Guidelines* (2023).
- Soekanto, Soerjono & Mamudji, Sri, *Penelitian Hukum Normatif* (Rajawali Pers, 2014)
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Vans, D. S., & Schmalensee, R., "The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses," *Antitrust Law Journal*, Vol. 80, No. 2 (2015)
- Whish, R., & Bailey, D., *Competition Law* (9th ed., Oxford University Press, 2018)