

---

## **ANALISIS PERAN KOMISI PENGAWASAN PERSAINGAN USAHA DALAM MENCEGAH PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT (STUDI KASUS AKUISISI TOKOPEDIA OLEH TIKTOK SHOP)**

Mela Srimufi<sup>1\*</sup>, Mahlil Adriaman<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Indonesia

\*Correspondence: [melasrimufi959@mail.com](mailto:melasrimufi959@mail.com)

---

### **SEJARAH ARTIKEL**

*Diterima: 11.08.2025*

*Direvisi: 24.10.2025*

*Disetujui: 24.10.2025*

---

### **LISENSI ARTIKEL**

*Hak Cipta © 2025*

*Penulis: Ini adalah artikel akses terbuka yang didistribusikan berdasarkan ketentuan Creative Commons Attribution 4.0 International License.*

---

### **ABSTRAK**

Akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop memunculkan kekhawatiran atas potensi praktik monopoli dan ketimpangan struktur pasar dalam sektor ekonomi digital yang tengah berkembang pesat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses akuisisi tersebut dilihat dari perspektif persaingan usaha, dan bagaimana peran lembaga pengawas persaingan dalam mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Penelitian menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka dan analisis dokumen hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga pengawas persaingan menjalankan fungsi strategis dalam menilai dampak pasar dari transaksi akuisisi yang melibatkan entitas besar di sektor teknologi dan perdagangan elektronik. Dalam kasus ini, lembaga tersebut memberikan persetujuan bersyarat dengan menetapkan lima poin utama, termasuk larangan penyalahgunaan posisi dominan, kebebasan promosi lintas platform, dan perlindungan terhadap pelaku UMKM. Temuan ini menunjukkan adanya upaya aktif negara dalam menjaga keseimbangan pasar dan mencegah eksklusi terhadap pesaing kecil. Dampaknya, pengawasan yang efektif tidak hanya melindungi struktur persaingan yang sehat, tetapi juga memperkuat prinsip demokrasi ekonomi serta menjamin keberlangsungan pelaku usaha kecil dalam ekosistem digital nasional yang kompetitif.

**Kata Kunci:** persaingan usaha, akuisisi, tokopedia, tiktokshop

---

### **ABSTRACT**

*The acquisition of Tokopedia by TikTok Shop has raised concerns regarding potential monopolistic practices and market imbalance in the rapidly growing digital economy sector. This study aims to address two main questions: how the acquisition process is viewed from the perspective of business competition, and how the competition supervisory authority plays a role in preventing unfair business practices. This research employs a normative juridical method with a qualitative approach through literature review and legal document analysis. The findings reveal that the competition oversight body carries out a strategic function in assessing the market impact of acquisition transactions involving major players in technology and e-commerce. In this case, the authority granted conditional approval by imposing five key provisions, including the prohibition of abuse of dominant position, freedom to promote products across platforms, and protection for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). These findings highlight the state's active efforts to maintain market balance and prevent the exclusion of smaller competitors. As a result, effective oversight not only safeguards a healthy competitive structure but also strengthens the principles of economic democracy and ensures the sustainability of small businesses within a competitive national digital ecosystem.*

**Keywords:** business competition, acquisition, tokopedia, tiktok shop

---

## 1. Pendahuluan

Dalam satu dekade terakhir, perkembangan penjualan online di Indonesia mengalami lonjakan yang sangat pesat, seiring dengan kemajuan teknologi digital, penetrasi internet yang semakin merata, serta meningkatnya jumlah pengguna smartphone di berbagai kalangan masyarakat. Transformasi digital ini mendorong perubahan perilaku konsumen dari aktivitas belanja konvensional menjadi berbasis daring (*online*), baik melalui situs web *e-commerce*, aplikasi *marketplace*, maupun *platform* media sosial yang mulai menawarkan fitur jual beli. Kondisi ini telah membentuk ekosistem ekonomi digital yang sangat dinamis dan kompetitif, di mana para pelaku usaha, baik skala besar, menengah, maupun kecil berusaha memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat proses transaksi. *Platform e-commerce* tidak lagi hanya menjadi tempat jual beli, tetapi juga berkembang menjadi medium pemasaran digital, distribusi logistik, dan pengolahan data konsumen dalam skala besar. Di tengah pertumbuhan tersebut, muncul pula kekhawatiran terhadap potensi terjadinya dominasi pasar, praktik monopoli, dan bentuk persaingan usaha tidak sehat lainnya. Oleh karena itu, pertumbuhan ekonomi digital yang pesat ini harus diimbangi dengan kerangka regulasi yang kuat dan sistem pengawasan yang efektif guna memastikan terciptanya iklim usaha yang adil dan inklusif.

Untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi digital berlangsung secara adil, inklusif, dan berkelanjutan, Indonesia telah menetapkan dasar konstitusional dalam Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pasal tersebut menegaskan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Amanat ini menjadi landasan ideologis dan normatif bagi penyusunan berbagai regulasi turunan di bidang ekonomi, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini dirancang untuk mencegah berbagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan, perjanjian yang bersifat anti-persaingan, serta praktik integrasi horizontal maupun vertikal yang berpotensi menghambat persaingan. Kehadiran regulasi ini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen hukum untuk menciptakan pasar yang efisien dan sehat, tetapi juga sebagai bentuk perlindungan terhadap pelaku usaha kecil dan menengah agar tetap mampu bersaing di tengah tekanan dan dominasi pelaku usaha besar, khususnya dalam ekosistem digital yang terus berkembang (Usman, 2022). Hukum persaingan usaha (*competition law*) adalah instrumen hukum yang fundamental untuk mengatur cara persaingan di pasar. Lebih dari sekadar seperangkat aturan, hukum ini berfungsi sebagai pedoman yang memastikan interaksi antar pelaku usaha berlangsung secara adil dan sehat. Tujuan utama dari hukum persaingan usaha, menurutnya, adalah untuk meningkatkan efisiensi ekonomi dan kesejahteraan konsumen. Hukum ini tidak hanya melarang praktik monopoli dan persaingan tidak sehat yang merugikan, tetapi juga bertujuan menciptakan iklim bisnis yang kondusif. Dengan demikian, setiap pelaku usaha baik besar maupun kecil memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing. Pada akhirnya, kondisi ini akan mendorong inovasi, menekan harga, dan meningkatkan kualitas produk atau layanan, yang semuanya bermuara pada keuntungan bagi masyarakat sebagai konsumen (Siswanto, 2004).

Untuk menjalankan pengawasan terhadap praktik persaingan usaha, pemerintah membentuk lembaga independen bernama Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang didirikan berdasarkan Pasal 30 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. KPPU memiliki tugas utama untuk mengawasi pelaksanaan hukum persaingan usaha, menyelidiki dugaan pelanggaran, memberikan rekomendasi kebijakan persaingan, serta memberikan putusan atas perkara yang berkaitan dengan monopoli atau penyalahgunaan posisi dominan. Secara umum, fungsi KPPU adalah menciptakan sistem ekonomi yang adil dan bebas dari praktik-praktik anti-persaingan yang merugikan masyarakat luas. KPPU juga berperan aktif dalam memberikan masukan atas kebijakan merger, konsolidasi, atau akuisisi yang berpotensi menimbulkan dominasi pasar (Adriaman, 2024). Salah satu peristiwa penting dalam ranah persaingan usaha dalam beberapa waktu terakhir adalah proses akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop. Pada tanggal 12 Desember 2023, PT Tokopedia resmi diakuisisi oleh PT Tokopedia E-Commerce, anak perusahaan TikTok yang tergabung dalam ByteDance Ltd. Langkah ini dilakukan setelah pemerintah Indonesia melarang TikTok Shop beroperasi secara langsung di platform media sosial, dan mewajibkan pemisahan antara platform perdagangan dan media sosial berdasarkan Permendag No. 31 Tahun 2023. Merespons regulasi tersebut, TikTok kemudian mengambil langkah strategis dengan menggandeng Tokopedia, dengan membeli saham mayoritas Tokopedia sebesar 75 %. Dengan Akuisisi ini terjadilah sinergi antara kekuatan teknologi algoritma media sosial dan infrastruktur e-commerce yang dimiliki Tokopedia. Akuisisi ini memicu perhatian serius dari KPPU karena berpotensi mengubah struktur pasar dan mengancam keberlangsungan pelaku UMKM lokal (Wulandari, 2024).

Proses akuisisi antara TikTok Shop dan Tokopedia berpotensi terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Dengan dominasi TikTok sebagai platform media sosial yang memiliki jutaan pengguna aktif di Indonesia, integrasi dengan Tokopedia berpotensi menciptakan *barrier to entry* yang tinggi bagi pesaing baru dan memperkuat posisi dominan di pasar e-commerce. Kekuatan data pengguna dan kemampuan promosi langsung kepada konsumen memberikan keunggulan kompetitif yang besar bagi entitas gabungan ini. Berdasarkan

hal diatas , penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian guna menganalisis peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam mencegah terjadinya praktik persaingan usaha tidak sehat, dalam proses akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop, yang dinilai memiliki potensi besar untuk menciptakan dominasi pasar dan menghambat persaingan yang sehat di sektor ekonomi digital.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :1) Bagaimana Proses Akuisisi Tokopedia Oleh Tiktokshop dari berbagai perspektif? 2) Bagaimana peran dan langkah yang dilakukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam mengawasi dan mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat dalam proses akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop?

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya pengawasan terhadap praktik akuisisi dalam sektor ekonomi digital yang berkembang pesat dan dinamis. Proses akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop tidak hanya melibatkan dua entitas besar, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang dapat merugikan pelaku usaha kecil serta mengganggu keseimbangan pasar. Dalam peristiwa ini, peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menjadi sangat krusial untuk memastikan bahwa integrasi bisnis yang terjadi tidak menyimpang dari prinsip demokrasi ekonomi sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 33 UUD 1945 dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

## 2. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah metode yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang bertitik tolak pada norma-norma hukum positif yang berlaku sebagai acuan perilaku dalam masyarakat. Penelitian ini bersifat deskriptif, dengan tujuan untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam mencegah terjadinya praktik persaingan usaha tidak sehat, khususnya dalam konteks akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka, studi dokumen, dan studi arsip, dengan mengkaji bahan hukum primer seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, UUD 1945, dan peraturan pelaksanaannya, bahan hukum sekunder seperti buku teks, jurnal, artikel ilmiah, dan pendapat para ahli, serta bahan hukum tersier seperti kamus hukum dan ensiklopedia. Data dan bahan hukum yang terkumpul diolah melalui tahapan inventarisasi, identifikasi, klasifikasi, dan sistematisasi, kemudian dianalisis secara kualitatif menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan dan teori-teori hukum yang relevan, serta ditarik kesimpulan dengan metode deduktif (Adriaman, 2024)

## 3. Hasil dan Pembahasan

### a. Proses Akuisisi Tokopedia Oleh Tiktokshop

#### 1) Proses Akuisisi Tokopedia Oleh Tiktokshop Menurut Teori Hukum

Akuisisi merupakan salah satu bentuk strategi pertumbuhan eksternal perusahaan yang dilakukan dengan cara mengambil alih kepemilikan saham atau aset perusahaan lain, baik secara sebagian maupun keseluruhan. akuisisi adalah pengambilan kepemilikan atau pengendalian atas suatu perusahaan oleh perusahaan lain, yang biasanya dilakukan untuk memperluas pangsa pasar, mengurangi persaingan, memperoleh sumber daya strategis, atau meningkatkan efisiensi operasional. Dalam praktiknya, akuisisi dapat dilakukan secara sukarela melalui kesepakatan bersama atau secara tidak bersahabat jika perusahaan yang diakuisisi menolak pengambilalihan tersebut. Proses ini tidak hanya berdampak pada struktur kepemilikan, tetapi juga dapat mengubah dinamika persaingan usaha dalam sektor terkait (Salusu, 1996). Akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop merupakan peristiwa penting dalam lanskap hukum bisnis digital di Indonesia yang mempertemukan antara kekuatan global platform media sosial dengan pemain lokal e-commerce. Proses ini tidak hanya mencerminkan fenomena bisnis transnasional, tetapi juga menguji ketahanan sistem hukum nasional dalam menyikapi dinamika ekonomi digital yang berkembang pesat. Penulis memandang bahwa akuisisi ini harus dilihat secara multidimensi, terutama dari tiga perspektif hukum: hukum persaingan usaha, hukum perusahaan, dan hukum perlindungan konsumen. Dalam menganalisis ketiganya, penulis menggunakan pendekatan teori keadilan pasar (*market fairness theory*), teori perusahaan (*theory of the firm*), dan teori perlindungan hukum bagi konsumen. Dari sudut pandang hukum persaingan usaha, akuisisi ini menimbulkan pertanyaan serius terkait kemungkinan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. TikTok Shop, melalui perusahaan induknya ByteDance, mengakuisisi 75,01% saham Tokopedia dari GoTo Group. Dalam hal ini, TikTok Shop secara *de facto* menjadi pengendali Tokopedia, dan hal ini menimbulkan kekhawatiran akan dominasi pasar, mengingat TikTok merupakan *platform* media sosial dengan jangkauan sangat luas yang terintegrasi dengan fitur belanja (*social commerce*). Menurut Pasal 28 UU No. 5 Tahun 1999 serta PP No. 57 Tahun 2010, akuisisi semacam ini wajib dilaporkan kepada KPPU, terutama bila memenuhi ambang batas nilai aset atau penjualan yang ditetapkan. Dalam praktiknya, KPPU kemudian melakukan penilaian dan memberikan persetujuan dengan catatan, menunjukkan adanya mekanisme *ex-ante* control untuk menjaga agar struktur pasar tetap kompetitif.

Pendapat ini diperkuat oleh pandangan Arief A. T. Siregar, yang menegaskan bahwa dalam ekosistem digital, penggabungan vertikal antara platform distribusi dan penyedia barang/jasa dapat mempersempit ruang gerak pesaing, apalagi jika perusahaan tersebut memiliki kontrol atas algoritma distribusi dan data pengguna.

TikTok, dengan algoritmanya yang *powerful*, dapat memprioritaskan produk yang dijual di Tokopedia dan meminggirkan kompetitor, yang pada akhirnya merugikan prinsip keadilan pasar. Hal ini sejalan dengan teori struktur-konduite-kinerja (*Structure-Conduct-Performance Theory*) yang menyatakan bahwa struktur pasar yang terkonsentrasi dapat mempengaruhi perilaku pelaku usaha secara negatif terhadap persaingan (Siregar, 2022). Dari perspektif hukum perusahaan, proses ini merupakan bentuk pengambilalihan saham (*acquisition*) yang diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 125. Secara hukum, pengambilalihan tidak mengharuskan peleburan entitas, namun berdampak pada perubahan pengendalian perusahaan. Dalam konteks ini, Tokopedia tetap berdiri sebagai entitas terpisah, tetapi kontrol strategis dan arah kebijakan bisnisnya kini berada di bawah TikTok Shop. Hal ini mencerminkan implementasi teori perusahaan sebagai *nexus of contracts*, di mana perusahaan bukan sekadar entitas hukum, tetapi juga hasil hubungan kontraktual antar pemangku kepentingan. Dengan kepemilikan mayoritas, TikTok Shop memiliki kekuatan penuh untuk menunjuk direksi dan komisaris, mengubah strategi bisnis, serta mengatur struktur manajemen Tokopedia, tanpa harus mengubah status legal entitas tersebut secara formal (Munir, 2020).

Pandangan ini didukung oleh Hans Kelsen dalam teori hukum murninya (*Reine Rechtslehre*), bahwa perbuatan hukum seperti akuisisi dapat mengubah struktur normatif dari suatu entitas hukum, sekalipun tidak mengubah keberadaan entitas itu sendiri dalam sistem hukum. Artinya, kendali hukum telah berpindah tangan, meskipun badan hukumnya tetap sama. Di sisi lain, Munir Fuady dalam bukunya *Hukum Perseroan Terbatas* menyatakan bahwa dalam akuisisi lintas entitas dan lintas yurisdiksi, peran regulator sangat penting untuk memastikan akuisisi tidak bertentangan dengan kepentingan nasional dan tidak menciptakan perusahaan raksasa yang membahayakan stabilitas ekonomi nasional (Munir, 2022). Selanjutnya, dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, proses akuisisi ini membawa dampak signifikan karena mengubah model interaksi antara konsumen dan *platform*. Sebelum akuisisi, TikTok Shop telah dilarang beroperasi di Indonesia karena melanggar Permendag No. 31 Tahun 2023 yang mewajibkan pemisahan antara media sosial dan e-commerce. Setelah akuisisi, TikTok Shop dapat kembali beroperasi melalui Tokopedia yang memiliki izin sebagai pelaku e-commerce. Ini menimbulkan pertanyaan hukum: apakah model integrasi tersebut tetap menjamin prinsip transparansi informasi, perlindungan data pribadi, dan hak untuk memperoleh ganti rugi jika terjadi kerugian? Menurut Pasal 4 dan 19 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar dan melindungi kepentingan konsumen dari kerugian akibat transaksi. Jika integrasi TikTok-Tokopedia tidak memberikan kepastian hukum terhadap hak konsumen, maka akuisisi ini berpotensi mencederai prinsip keadilan kontraktual.

Menurut Pendapat Adrian Sutedi, pakar hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha digital memiliki tanggung jawab hukum yang lebih luas karena selain menyediakan produk, mereka juga mengontrol platform transaksi dan distribusi. Dalam hal ini, TikTok Shop pasca-akuisisi harus memastikan bahwa mekanisme penyelesaian sengketa, kejelasan identitas penjual, serta pengembalian dana (*refund*) berjalan secara efektif. Jika tidak, maka integrasi bisnis ini akan menimbulkan asimetris informasi yang merugikan konsumen. (Adrian, 2011)

## **2) Proses Akuisisi Tokopedia Oleh Tiktokshop Menurut Perspektif UU No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat**

Indonesia mengatur larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini merupakan pijakan utama dalam menegakkan prinsip persaingan usaha yang sehat dan berkeadilan sebagai bagian dari pelaksanaan demokrasi ekonomi yang diamanatkan oleh Pasal 33 UUD 1945. Dalam sistem hukum tersebut, setiap pelaku usaha dilarang untuk melakukan praktik yang dapat menimbulkan penguasaan pasar secara tidak wajar, termasuk melalui merger, konsolidasi, dan akuisisi, apabila tindakan tersebut mengakibatkan terjadinya monopoli, oligopoli, atau bentuk dominasi pasar lainnya yang merugikan kepentingan umum dan pelaku usaha kecil (Nugroho, 2014). Ketentuan lebih lanjut mengenai akuisisi terdapat dalam Pasal 28 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberitahukan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) jika suatu transaksi akuisisi berpotensi mengakibatkan terjadinya praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. Dalam proses penilaiannya, KPPU mempertimbangkan berbagai aspek, seperti penguasaan pangsa pasar, hambatan masuk bagi pelaku usaha baru (*barrier to entry*), serta potensi kerugian terhadap konsumen. Jika ditemukan bahwa suatu akuisisi mengarah pada konsentrasi kekuatan pasar yang terlalu besar, maka KPPU dapat memberikan peringatan atau bahkan membatalkan transaksi tersebut berdasarkan kewenangan yang diberikan undang-undang (Usman, 2013).

Proses akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop menjadi contoh nyata pentingnya implementasi hukum persaingan dalam sektor digital. TikTok, sebagai platform media sosial dengan kekuatan algoritma dan data pengguna yang besar, mengakuisisi 75% saham Tokopedia pada Desember 2023, melalui PT Tokopedia E-Commerce yang merupakan anak perusahaan TikTok. Akuisisi Tokopedia oleh TikTok dimulai setelah pemerintah Indonesia memberlakukan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 yang melarang aktivitas transaksi langsung dalam platform social commerce seperti TikTok. Peraturan ini memaksa TikTok Shop untuk

menghentikan operasionalnya di Indonesia pada 4 Oktober 2023. Untuk kembali beroperasi, TikTok kemudian menjalin kemitraan strategis dengan Tokopedia, yang merupakan bagian dari Grup GoTo. Kesepakatan resmi diumumkan pada 31 Januari 2024 melalui situs TikTok Newsroom, dengan nilai investasi sebesar Rp 23,4 triliun atau lebih dari 1,5 miliar dolar AS. Dalam transaksi ini, TikTok mengakuisisi sekitar 75 persen saham Tokopedia, sementara Grup GoTo tetap memegang 25 persen saham (Kompas, 2024). Langkah akuisisi ini membawa dampak, baik secara ekonomi maupun hukum. Secara bisnis, kemitraan ini memungkinkan TikTok Shop kembali beroperasi di Indonesia melalui platform Tokopedia, dimulai dengan kampanye promosi “Beli Lokal” pada 12 Desember 2023. TikTok mengklaim bahwa sinergi ini akan memperluas jangkauan pelaku UMKM serta mendorong pertumbuhan ekonomi digital nasional. Di sisi lain, akuisisi ini juga menimbulkan kekhawatiran akan potensi dominasi pasar atau praktik monopoli baru, karena penggabungan dua kekuatan besar—platform media sosial dan marketplace—dapat mengubah struktur persaingan usaha di Indonesia. Berdasarkan hal di atas, akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop berpotensi melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini melarang praktik monopoli di mana pelaku usaha menguasai produksi atau pemasaran barang/jasa yang dapat mengakibatkan persaingan tidak sehat, sebagaimana diatur dalam Pasal 17. Selain itu, Pasal 25 secara spesifik melarang penyalahgunaan posisi dominan, termasuk tindakan membatasi pasar, menghambat pelaku usaha lain, mendiskriminasi konsumen, atau melakukan *predatory pricing*. Berbagai perjanjian dan kegiatan lain yang dapat merusak persaingan, seperti kartel, oligopoli, atau persekongkolan tender, juga dilarang untuk memastikan terciptanya iklim usaha yang adil dan efisien. Akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop adalah bentuk realisasi integrasi vertikal dalam pasar digital yang membawa konsekuensi hukum yang luas. Dari sisi persaingan usaha, regulator harus memastikan tidak ada *abuse of dominance*; dari sisi hukum perusahaan, pengambilalihan ini sah selama sesuai prosedur legal yang berlaku; dan dari sisi perlindungan konsumen, platform harus tetap tunduk pada ketentuan nasional yang menjamin hak-hak konsumen. Proses ini merupakan ujian penting bagi Indonesia dalam menyikapi globalisasi digital dan mempertahankan kedaulatan hukum nasional.

### 3) Proses Akuisisi Tokopedia Oleh Tiktokshop Menurut Pendapat Penulis

Menurut Pendapat penulis, proses akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop adalah sebuah langkah strategis yang sangat cerdas. Sebelumnya, TikTok dilarang berjualan di Indonesia karena pemerintah ingin memisahkan media sosial dengan *e-commerce*. Namun, TikTok menemukan jalan keluar dengan membeli saham mayoritas Tokopedia. Ini seperti “pintu belakang” yang legal. Dengan cara ini, TikTok bisa kembali berjualan tanpa melanggar aturan yang ada secara langsung, karena mereka menggunakan platform Tokopedia yang sudah punya izin. Meskipun secara kasat mata ini bisa menguntungkan, ada kekhawatiran besar. TikTok adalah platform media sosial yang sangat populer dan punya kendali penuh atas algoritma yang menentukan apa yang dilihat pengguna. Sekarang, setelah bergabung dengan Tokopedia, TikTok bisa dengan mudah memprioritaskan produk yang dijual di Tokopedia. Ini bisa membuat produk-produk dari penjual lain menjadi sulit terlihat, sehingga persaingan jadi tidak seimbang. Satu entitas raksasa, yaitu TikTok-Tokopedia, kini punya kekuatan untuk mengendalikan pasar digital secara keseluruhan. Mereka bisa mengontrol bagaimana produk dipasarkan, bagaimana rekomendasi diberikan kepada konsumen, dan pada akhirnya, menentukan produk apa yang laku. Ini sangat berbahaya bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal yang tidak memiliki modal atau teknologi sehebat mereka. Pemerintah dan lembaga pengawas seperti KPPU harus sangat waspada. Akuisisi ini memang sah secara hukum, tetapi bisa menciptakan pasar yang tidak adil. Pemerintah harus punya peran lebih kuat untuk memastikan bahwa kekuatan raksasa ini tidak mematikan usaha kecil. Intinya, akuisisi ini bukan cuma urusan bisnis, tapi pertarungan antara kekuatan perusahaan global dengan upaya pemerintah untuk melindungi pasar nasional.

Penulis juga berpendapat bahwa proses akuisisi ini telah mendorong munculnya “*pasar yang dikendalikan algoritma*”, di mana konsumen tidak lagi hanya berhadapan dengan barang dan harga, tetapi juga dengan “*rekomendasi yang diprogramkan*” oleh platform. TikTok, melalui penguasaan terhadap data perilaku pengguna, memiliki kekuatan untuk mengatur visibilitas produk Tokopedia, yang secara tidak langsung dapat menggeser perilaku konsumsi masyarakat. Dalam hal ini, penulis menggarisbawahi pentingnya prinsip transparansi algoritmik dan netralitas platform, agar persaingan usaha tetap berlangsung secara adil dan tidak tersandera oleh kekuatan teknologi yang tidak diatur secara tegas dalam peraturan perundang-undangan yang ada saat ini. Secara hukum, penulis menilai bahwa akuisisi ini memang sesuai prosedur formil yang diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, namun perlu dikawal dari aspek substansi hukum persaingan usaha dan perlindungan konsumen. UU No. 5 Tahun 1999 melarang penyalahgunaan posisi dominan yang dapat merugikan pelaku usaha kecil, serta memuat norma-norma yang mengatur agar integrasi pasar tidak menciptakan struktur oligopoli digital. Oleh karena itu, menurut penulis, kehadiran TikTok sebagai pemegang kendali Tokopedia pasca-akuisisi harus dibarengi dengan kebijakan afirmatif bagi pelaku UMKM lokal agar tidak terpinggirkan dalam sistem distribusi digital yang sepenuhnya dikendalikan oleh korporasi raksasa asing. Dengan demikian, penulis menyimpulkan bahwa proses akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop adalah peristiwa hukum yang sah namun kompleks, yang menguji kapasitas sistem hukum Indonesia dalam menghadapi tantangan kapitalisme digital. Akuisisi ini adalah

bentuk nyata dari konsentrasi kekuatan ekonomi berbasis data, dan memerlukan pendekatan hukum yang progresif agar tidak menjebak negara pada posisi pasif di hadapan kekuatan korporasi global. Negara harus mampu menyeimbangkan antara penerimaan terhadap investasi asing dan perlindungan terhadap struktur pasar nasional yang adil dan berkelanjutan. TikTok–Tokopedia bukan sekadar akuisisi bisnis, tetapi simbol dari pertarungan antara regulasi negara dan kekuatan ekonomi digital transnasional.

**b. Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam mengawasi dan mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat dalam proses akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop**

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) adalah lembaga independen yang bertugas mengawasi persaingan usaha di Indonesia, menurut pandangan Matheus dan Gunadi (2024). Lembaga ini tidak dapat dipengaruhi oleh pihak manapun, termasuk pemerintah atau pihak yang memiliki konflik kepentingan, saat menangani dan memutuskan perkara atau melakukan penyelidikan. Meskipun bertanggung jawab kepada Presiden, KPPU memiliki peran ganda tidak hanya menertibkan dunia persaingan usaha, tetapi juga menciptakan dan menjaga lingkungan persaingan yang kondusif. KPPU juga berfungsi sebagai inisiatif pemerintah Indonesia untuk mengendalikan tindakan sewenang-wenang dalam aktivitas ekonomi (Rohani, 2022).

Berdasarkan Pasal 35 UU No 5 Tahun 1999 Tugas KPPU meliputi:

1. Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16;
2. Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24;
3. Melakukan penilaian terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28; mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36;
4. Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
5. Menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-undang ini;
6. Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Dalam proses akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop, peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) antara lain :

**a. Melakukan Penilaian Terhadap Kewajiban Notifikasi Merger**

Langkah pertama yang dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam mengawasi proses akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop adalah melakukan penilaian terhadap kewajiban notifikasi merger sebagaimana diatur dalam Pasal 28 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 2010 tentang Penggabungan atau Peleburan Badan Usaha dan Pengambilalihan Saham Perusahaan yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Berdasarkan ketentuan ini, setiap pelaku usaha yang melakukan aksi korporasi berupa penggabungan, peleburan, atau pengambilalihan saham yang melebihi nilai ambang batas tertentu diwajibkan untuk menyampaikan notifikasi secara tertulis kepada KPPU paling lambat 30 hari kerja sejak tanggal efektifnya transaksi atau sejak penandatanganan akta. Nilai ambang batas tersebut ditetapkan berdasarkan total nilai aset gabungan atau total nilai penjualan tahunan gabungan dari para pihak yang terlibat, dengan batas minimum sebesar Rp2,5 triliun untuk aset, atau Rp5 triliun untuk penjualan jika salah satu pihak merupakan pelaku usaha di luar negeri namun melakukan kegiatan usaha di Indonesia.

Dalam akuisisi TikTok terhadap Tokopedia, kedua entitas yang tergabung dalam ekosistem digital besar, yakni ByteDance (induk TikTok) dan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk, memiliki nilai aset dan pendapatan yang sangat signifikan, baik secara nasional maupun global. Oleh karena itu, tidak diragukan lagi bahwa transaksi ini telah memenuhi ambang batas yang mensyaratkan notifikasi wajib kepada KPPU. KPPU kemudian bertugas mengevaluasi apakah notifikasi tersebut telah disampaikan tepat waktu dan apakah substansi dari transaksi tersebut berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap struktur persaingan usaha, seperti munculnya posisi dominan baru, penguasaan pangsa pasar yang berlebihan, atau potensi diskriminasi terhadap pelaku usaha lainnya. Langkah awal ini menjadi krusial dalam memastikan bahwa proses akuisisi tidak dilakukan secara diam-diam atau mengabaikan prinsip keterbukaan dan akuntabilitas sebagaimana dimandatkan oleh regulasi antimonopoli di Indonesia. Dengan demikian, tahapan penilaian notifikasi oleh KPPU bukan sekadar administrasi formal, tetapi bagian integral dari mekanisme kontrol awal terhadap potensi praktek persaingan usaha tidak sehat yang dapat terjadi akibat konsentrasi pasar oleh pelaku usaha besar.

**b. Analisis Ekonomi Dan Hukum Atas Struktur Pasar Pasca-Akuisisi**

KPPU melakukan penilaian mendalam terhadap perubahan konsentrasi pasar yang diakibatkan oleh akuisisi, termasuk kemungkinan terjadinya abuse of dominance, barrier to entry, dan pengaruh terhadap pelaku UMKM serta konsumen. Dalam hal ini, KPPU menggunakan alat analisis struktural, seperti indeks Herfindahl-Hirschman (HHI), untuk menilai tingkat konsentrasi pasar, serta analisis perilaku, untuk memprediksi apakah entitas hasil akuisisi akan memiliki insentif dan kemampuan untuk menghambat pesaing melalui diskriminasi harga, eksklusivitas distribusi, atau kontrol algoritma.

**c. Pemeriksaan Dokumen Dan Pemanggilan Pihak Terkait**

Dalam Proses akuisisi TikTok terhadap Tokopedia memanggil direksi perusahaan, meminta dokumen transaksi, dan meminta keterangan ahli untuk mendalami motif serta struktur pengendalian pasca-akuisisi. KPPU melakukan pemeriksaan untuk menilai apakah struktur kepemilikan yang baru menciptakan pengaruh yang dominan terhadap proses distribusi digital di Indonesia, serta bagaimana integrasi antara social media platform dan e-commerce platform dapat mempengaruhi cara produk ditampilkan dan dijual kepada konsumen.

**d. Menetapkan Rekomendasi Atau Syarat Tertentu**

Selanjutnya KPPU menetapkan rekomendasi atau syarat tertentu untuk mencegah terjadinya dampak antipersaingan. Dalam banyak kasus, KPPU tidak serta-merta menolak akuisisi, namun dapat memberikan persetujuan bersyarat (*conditional clearance*). Dalam Kasus Akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop KPPU memberikan persetujuan bersyarat setelah menggelar sidang Komisi perkara Penilaian Menyeluruh terkait Transaksi Pengambilalihan Saham Tokopedia oleh TikTok Shop pada 10 Juni 2025, persetujuan bersyarat tersebut antara lain:

**1. Pilihan Metode Pembayaran dan Logistik yang Tidak Diikat**

Kedua platform harus memastikan bahwa penjual dan pembeli memiliki kebebasan untuk memilih berbagai metode pembayaran dan layanan logistik tanpa adanya paksaan atau pengikatan (*tying* dan *bundling*) melalui promosi atau diskon. Hal ini bertujuan untuk mencegah monopoli pada layanan pendukung dan memastikan persaingan yang sehat di ekosistem pembayaran dan logistik.

**2. Larangan Penyalahgunaan Kekuatan Pasar (*Abuse of Dominant Position*)**

Tokopedia dan TikTok dilarang menggunakan posisi dominan mereka untuk merugikan pesaing atau pasar. Ini mencakup larangan penetapan harga predator yang tidak wajar, memprioritaskan produk internal (*self-preferencing*) serta mendiskriminasi produk dari luar grup, dan tidak boleh menghalangi penjual atau konsumen untuk bertransaksi secara bebas di platform mana pun.

**3. Kebebasan Promosi Produk di Platform Lain**

TikTok sebagai media sosial harus menjamin bahwa pengguna atau pemilik akun memiliki kebebasan penuh untuk mempromosikan produk mereka, meskipun produk tersebut dijual melalui platform *e-commerce* lain di luar Tokopedia atau TikTok Shop. Syarat ini menjaga netralitas platform sosial media dan mencegah pembatasan akses pasar bagi *e-commerce* lain.

**4. Larangan Eksploitasi Kekuatan Pasar melalui Kenaikan Harga Tidak Wajar**

Kedua pelaku usaha wajib memastikan bahwa tidak ada kenaikan harga produk atau layanan di platform yang tidak dapat dijustifikasi secara ekonomi dan semata-mata didasarkan pada kekuatan pasar yang besar. Tujuan syarat ini adalah melindungi konsumen dari harga yang tidak adil akibat dominasi pasar.

**5. Perlindungan dan Kesempatan Setara bagi UMKM**

Akuisisi ini harus memastikan adanya perlindungan yang kuat serta kesempatan yang setara bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk tumbuh dan berkembang di platform TikTok Shop (Shop/Tokopedia) dan Tokopedia. Hal ini mendorong inklusivitas dan mencegah UMKM terpinggirkan oleh dominasi pemain besar. (Kompas, 2025)

**e. Monitoring Dan Evaluasi Pasca-Akuisisi**

Setelah memberikan persetujuan, KPPU tetap melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan komitmen oleh TikTok dan Tokopedia. Jika ditemukan adanya pelanggaran, KPPU berwenang untuk menjatuhkan sanksi administratif, memerintahkan pembatalan sebagian atau seluruh transaksi, bahkan membawa kasus ke ranah penegakan hukum. Monitoring ini sangat penting mengingat sifat pasar digital yang sangat dinamis dan cepat berubah. Tanpa pengawasan berkelanjutan, pelanggaran bisa terjadi secara tersembunyi melalui penggunaan algoritma, kendali data, atau kesenjangan informasi antara platform dan pengguna.

**4. Kesimpulan**

Perekonomian Indonesia diselenggarakan berlandaskan demokrasi ekonomi sesuai Pasal 33 UUD 1945, yang menekankan kebersamaan, efisiensi berkeadilan, dan kemandirian nasional. Dalam konteks ini, persaingan usaha yang sehat menjadi elemen krusial untuk menjaga efisiensi pasar, mendorong

inovasi, dan melindungi konsumen, sebagaimana diatur tegas dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini melarang penyalahgunaan posisi dominan, perjanjian anti-persaingan, serta mengawasi integrasi bisnis yang dapat menghambat kompetisi, sekaligus melindungi pelaku usaha kecil dan menengah. Untuk mengimplementasikan pengawasan ini, pemerintah membentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai lembaga independen yang bertugas menilai perjanjian, kegiatan usaha, penyalahgunaan posisi dominan, serta memberikan putusan dan rekomendasi kebijakan terkait persaingan usaha.

Kasus akuisisi Tokopedia oleh TikTok Shop menjadi studi kasus penting yang menguji peran KPPU. Akuisisi ini, yang terjadi setelah Permendag No. 31 Tahun 2023 melarang *social commerce* beroperasi langsung, berpotensi menciptakan dominasi pasar dan mengancam UMKM lokal melalui sinergi kekuatan media sosial dan *e-commerce*. Merespons potensi risiko tersebut, KPPU mengambil langkah konkret dengan memberikan persetujuan bersyarat pada 10 Juni 2025. Syarat-syarat ini mencakup larangan pengikatan metode pembayaran dan logistik, pencegahan penyalahgunaan posisi dominan (termasuk *predatory pricing* dan *self-preferencing*), jaminan kebebasan promosi produk dari platform lain, larangan kenaikan harga tidak wajar, serta perlindungan dan kesempatan setara bagi UMKM. Tindakan KPPU ini menegaskan perannya yang vital dalam memastikan bahwa konsolidasi bisnis tetap sejalan dengan prinsip persaingan sehat dan demokrasi ekonomi di Indonesia.

## Daftar Pustaka

### Buku:

- Adriaman, M., Jannah, M., Utari, D., Oktaviani, A., Sari, A. P., Mariska, D., ... & Adli, I. (2024). *Hukum Persaingan Usaha*. CV. Gita Lentera.
- Adriaman, M. (2024). Pengantar Metode Penelitian Ilmu Hukum. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Andi Fahmi Lubis dkk, 2017, *Hukum Persaingan Usaha*, Cet. 2, (DKI Jakarta: KPPU)
- Fuady, Munir. *Hukum Perseroan Terbatas*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2020.
- Kelsen, Hans. *Reine Rechtslehre (Teori Hukum Murni)*. Terjemahan. Bandung: Nusa Media, 2015.
- Rachmadi Usman, S. H. (2022). *Hukum persaingan usaha di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Siregar, Arief A.T. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2022.
- Siswanto, A. (2004). *Hukum persaingan usaha*. RajaGrafindo Persada.
- Sutedi, Adrian. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2011.
- Nugroho, S. A. (2014). *Hukum persaingan usaha di Indonesia*. Prenada Media.

### Jurnal :

- Azizah, R., Gilalo, J. J., & Anisa, R. Y. (2023). Fungsi Dan Peran Lembaga KPPU Dalam Praktek Persaingan Usaha. *Karimah Tauhid*, 2(3), 697-707.
- Fadhilah, M. (2019). Penegakan hukum persaingan usaha tidak sehat oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam kerangka ekstrateritorial. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 3(1), 55-72.
- Matheus, J., & Gunadi, A. (2024). Pembentukan Lembaga Pengawas Perlindungan Data Pribadi Di Era Ekonomi Digital: Kajian Perbandingan Dengan KPPU. *JUSTISI*, 10(1), 20-35.
- Rohani, R. (2022). Kajian Hukum Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Pro Justitia (JPJ)*, 3(1).
- Wulandari, D. A., Djie, B. S. F., & Nugroho, A. A. (2024). Peluang Social Commerce Melalui Akuisisi Tokopedia Oleh Tiktok Shop Ditinjau Dari Aspek Legalitas. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 2(3).

### Peraturan Perundang-Undangan:

- Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 yang diamandemen.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33.
- Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2010 tentang Penggabungan atau Peleburan Badan Usaha dan Pengambilalihan Saham Perusahaan yang Dapat Mengakibatkan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

**Sumber dari Internet:**

Kompas.com. (2025, June 10). *KPPU gelar sidang terkait transaksi akuisisi Tokopedia oleh TikTok*. <https://money.kompas.com/read/2025/06/10/121130926/kppu-gelar-sidang-terkait-transaksi-akuisisi-tokopedia-oleh-tiktok> Diakses pada 17 Juli 2025.

Smartlegal.id. (2025, June 24). *KPPU setuju akuisisi Tokopedia oleh TikTok, tapi ada syarat ketat*. <https://smartlegal.id/trending-topic/2025/06/24/kppu-setujui-akuisisi-tokopedia-oleh-tiktok-tapi-ada-syarat-ketat-sl-gt/> Diakses pada 15 Juli 2025.

Kompas.com. (2024, February 1). *TikTok resmi akuisisi Tokopedia, nilai investasi Rp 23 triliun*. <https://tekno.kompas.com/read/2024/02/01/07280097/tiktok-resmi-akuisisi-tokopedia-nilai-investasi-rp-23-triliun> Diakses pada 21 Juli 2025.

Katadata.co.id. (n.d.). *KPPU kembali persoalkan akuisisi saham Tokopedia oleh TikTok*. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/688180088a602/kppu-kembali-persoalkan-akuisisi-saham-tokopedia-oleh-tiktok> Diakses pada 16 Juli 2025.