

KESIAPAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DAN KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA UNTUK MENDORONG PERKEMBANGAN EKONOMI BIRU DI INDONESIA

*Preparedness of Competition Law and the Competition Agency
to Foster the Development of the Blue Economy in Indonesia*

Teddy Anggoro

Fakultas Hukum Universitas Indonesia

Jl. Prof. Mr Djokosoetono, Pondok Cina, Beji, Depok, Jawa Barat

e-mail: tanggoro@ui.ac.id

Abstrak

Perkembangan ekonomi biru (*blue economy*) di Indonesia memerlukan dukungan dari hukum persaingan usaha. Hal ini penting karena *blue economy* melahirkan potensi industri baru yang berbeda dengan karakteristik industri lainnya. Terkait hal tersebut, dilakukan analisis terhadap (i) bagaimana hukum persaingan usaha di Indonesia menyambut perkembangan *blue economy*? dan (ii) bagaimana regulasi dan kebijakan hukum persaingan usaha yang dibutuhkan untuk mendorong perkembangan *blue economy* di Indonesia?. Dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif dan data sekunder, penelitian ini menemukan bahwa hukum persaingan usaha di Indonesia pada dasarnya selaras dengan prinsip-prinsip *blue economy*. Namun, respons Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang lambat terhadap industri-industri baru justru menghambat perkembangannya. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa diperlukan perluasan kewenangan KPPU agar dapat lebih proaktif dalam mengawasi industri-industri baru, termasuk dalam sektor *blue economy*, sehingga persaingan yang sehat dapat terwujud dan inovasi dapat tumbuh.

Kata kunci: ekonomi biru, hukum persaingan usaha berkelanjutan, otoritas persaingan usaha.

Abstract

The development of Indonesia's blue economy requires the support of competition law. This is crucial because the blue economy gives rise to new industries with distinct characteristics. This study analyzes (i) how Indonesian competition law addresses the development of the blue economy, and (ii) what competition law regulations and policies are needed to foster its growth. Using a normative legal research method with secondary data, the study finds that Indonesian competition law is, in principle, aligned with the blue economy. However, the slow response of the Indonesian Business Competition Supervisory Commission (KPPU) to new industries has hindered the blue economy's development. Therefore, it is concluded that an expansion of the KPPU's authority is necessary to allow it to more proactively oversee new industries, including the blue economy sector, thereby ensuring fair competition and fostering innovation.

Keywords : blue economy, competition authority, sustainable competition law.

A. Pembukaan

Dunia terus bertransformasi dengan cepat, mengubah lanskap ekonomi secara fundamental. Jika sebelumnya ekonomi didorong oleh produksi massal dan industrialisasi, kini kita memasuki era yang lebih kompleks. Perkembangan teknologi digital dan inovasi mesin telah memicu lahirnya berbagai konsep ekonomi baru dan merubah pasar.¹

Salah satu yang paling menonjol adalah *digital economy* di tengah perkembangan kemajuan teknologi. Namun, di tengah pesatnya kemajuan teknologi tersebut, muncul pula kesadaran akan isu-isu lingkungan seperti perubahan iklim. Hal ini mendorong munculnya konsep ekonomi berkelanjutan.²

Konsep ekonomi berkelanjutan yang dikenal terlebih dahulu adalah *green economy*. Namun, saat ini konsep ekonomi berkelanjutan terus berkembang hingga lahir konsep ekonomi berkelanjutan baru yaitu *blue economy*. Hal ini berkaitan dengan kekayaan alam yang melimpah yang tersimpan di lautan.

Secara geografis, lautan menyelimuti sekitar 72% permukaan bumi.³ Dengan luas tersebut, apabila ditinjau dari aspek ekosistem lingkungan, lautan menjaga ekosistem dengan memproduksi lebih dari 50% oksigen serta

mengatur iklim dan suhu global dengan menyerap 90% panas dan $\frac{1}{3}$ *anthropogenic greenhouse gas emissions*.⁴ Ditinjau dari aspek sosial, laut menciptakan lapangan pekerjaan bagi lebih dari 350 miliar orang dalam bidang perikanan, akuakultur, dan pariwisata⁵. Dari aspek ekonomi, laut menjadi sarana bagi 90% perdagangan global.⁶ Hal tersebut selaras dengan data Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) yang menunjukkan bahwa ekonomi kelautan yang mencakup perikanan, perdagangan global, *offshore wind energy*, pariwisata, dan bioteknologi laut bernilai sebesar 1,5 triliun US Dolar pada tahun 2010. Nilai ini akan terus bertumbuh dan diproyeksikan akan mencapai 3 triliun US Dolar pada tahun 2030. Dengan nilai ini, laut menduduki posisi ketujuh ekonomi terbesar di dunia berdasarkan *Gross Domestic Product* (GDP).⁷

Di Indonesia, wilayah laut mencapai 5,8 juta km² dengan garis pantai sepanjang 95.181 km.⁸ Dengan luasnya wilayah lautan di Indonesia menjadikan Indonesia sebagai produsen perikanan kedua di dunia dengan kontribusi sebesar 8 persen setelah China.⁹ Sektor perikanan ini menjadi menyumbang sebesar Rp 469,59 triliun pada tahun 2021 atau sebesar

¹ Klaus Schwab, *The Fourth Industrial Revolution* (Geneva: World Economic Forum, 2016), hlm. 11.

² Subhan Purwadinata dan Ridolof Wenand Batilmurik, *Perekonomian Indonesia (Persoalan Kebijakan Isu Kontemporer dan Globalisasi Pembangunan)* (Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Grup, 2024), hlm. 13.

³ Antje Biber, Steffen Knodt, dan Martin Visbeck, *Sustainable Blue Economy Transformation, Value and the Potential of Marine Ecosystems* (Bad Homburg: FERI Cognitive Finance Institute, 2022), hlm. 3.

⁴ Martin R. Stuchtey et al., *Ocean Solutions That Benefit People, Nature, and the Economy* (Washington DC: World Resources Institute, 2020), hlm. 4.

⁵ BNP Paribas, "The Blue Economy in Numbers," BNP Paribas Asset Management, <https://www.bnpparibas-am.com/en/forward-thinking/the-blue-economy-in-numbers-en/> (diakses 29 Juli 2025).

⁶ Stuchtey, *Ocean Solutions That Benefit People, Nature, and the Economy*, hlm. 4.

⁷ The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *The Ocean Economy in 2030* (Paris: OECD Publishing, 2016), hlm. 116.

⁸ Tomo HS, *Kebijakan Kelautan Indonesia* (Jakarta: Indocamp, 2018), hlm. 1.

⁹ Food and Agriculture Organization of the United Nations, *The State of World Fisheries and Aquaculture 2024 – Blue Transformation in Action* (Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2024), hlm. xxi.

2,77% terhadap PDB.¹⁰ Tidak hanya itu, perairan di Indonesia memiliki sekitar 8.500 spesies ikan, 555 spesies rumput laut, dan 950 jenis biota terumbu karang.¹¹ Data-data ini menunjukkan seberapa besar kekayaan laut milik Indonesia. Dengan keunggulan wilayah laut yang sedemikian luasnya, sudah seharusnya laut dan kekayaannya dioptimalkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional.

Sayangnya, kekayaan laut Indonesia tidak terlepas dari adanya pemanfaatan. Pemanfaatan yang dilakukan tidak diseimbangkan dengan kurangnya ekosistem sehingga mengakibatkan beberapa kekayaan laut di wilayah tertentu rusak. Misalnya, kerusakan terumbu karang, kerusakan hutan bakau, minimnya pelayanan pengelolaan sampah dan sanitasi di wisata bahari dan pesisir, serta menumpuknya limbah plastik di lautan.¹²

Dengan kekayaan laut Indonesia yang melimpah serta adanya pemanfaatan-pemanfaatan yang tidak bertanggung jawab, maka *blue economy* menjadi relevan bagi Indonesia untuk dikembangkan. *Blue economy* adalah konsep ekonomi yang memastikan bahwa kegiatan ekonomi didasarkan pada prinsip alam dan lokal sehingga tidak mengganggu ekosistem alam.¹³

Sederhananya *blue economy* digambarkan dalam studi berikut. Penangkapan ikan berskala besar dengan menggunakan racun, terbukti menimbulkan kerugian bersih sebesar 46

juta US Dolar selama empat tahun. Mengatasi hal ini, ditemukan bahwa penangkapan ikan dengan metode pancing (*hook and line*) dapat menghasilkan sumber pendapatan bagi sekitar 10.000 nelayan dalam beberapa tahun mendatang dan keuntungan sekitar 321,8 juta US Dolar. Hal ini menunjukkan bahwa penangkapan ikan dengan metode menjaga ekosistem dan rantai makanan di perairan justru dapat tampil sebagai solusi jangka panjang.¹⁴

Walaupun *blue economy* terdengar memiliki konsepsi yang mirip dengan *green economy* yang lebih dahulu diterapkan secara global, *blue economy* memiliki elemen-elemen yang berbeda dengan *green economy*. Pada *green economy*, kegiatan ekonomi memang ditekankan untuk memperhatikan *sustainability* dan efisiensi sumber daya alam. Akan tetapi, *green economy* dilakukan dengan mencari energi alternatif yang cenderung membutuhkan investasi yang besar dan eksklusif. Tidak hanya itu, *green economy* juga memandang limbah sebagai hal yang harus diminimalisasi sehingga terkadang membebani biaya produksi.¹⁵

Sementara itu, *blue economy* melengkapi kekurangan dari *green economy* yaitu dengan mengedepankan kegiatan ekonomi tanpa limbah (*zero waste*) yang dilakukan dengan menggunakan limbah sebagai bahan baku produk lainnya, menyeimbangkan produksi dan konsumsi sehingga memberikan kesempatan bagi alam untuk melakukan regenerasi (*Cyclic Systems of Production*), serta inklusivitas

¹⁰ Kementerian Kelautan dan Perikanan, *Kelautan dan Perikanan Dalam Angka Tahun 2022* (Jakarta: Pusat Data, Statistik dan Informasi Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2022), hlm. 5.

¹¹ Reza Damanik et al., *Proyek Strategis Ekonomi Biru Menuju Negara Maju 2045* (Jakarta: Laboratorium Indonesia 2045, 2023), hlm. 14.

¹² Aulia Mahiranissa, Mayasti Dwidya, dan Nastiti Sofy Nito Amalia, "Tantangan Kelautan dan Pentingnya Ekonomi Biru bagi Indonesia," *Rintisan 10* (2024): 10. INI SAMPE 80.

¹³ G Pauli, *The Blue Economy: 10 Years, 100 Innovations, 100 Million Jobs* (Taos: Paradism Publication, 2010), hlm. 30.

¹⁴ Damanik et al., *Proyek Strategis Ekonomi Biru Menuju Negara Maju 2045*, hlm. 14.

¹⁵ Endang Bidayani, *Blue Economy Pengelolaan Sumber Daya Pesisir* (Bangka: UBB Press, 2021), hlm. 5

dengan melibatkan dan memberikan manfaat bagi masyarakat lokal setempat.¹⁶

Berkaca dari Uni Eropa yang terlebih dahulu telah menerapkan *blue economy* di perekonomiannya, *blue economy* melahirkan sektor industri baru. Seperti halnya *blue biotechnology* untuk farmasi, kosmetik, pakan hewan, biomaterial, dan bahan kimia khusus; desalinasi; *offshore wind energy*; dan pengolahan hasil laut menjadi *bioenergy*.¹⁷ Melihat pula pada kekayaan laut Indonesia yang begitu melimpah, potensi bertumbuhnya industri baru *blue economy* akan semakin nyata.

Lahirnya sektor industri baru dari penerapan *blue economy* sudah seharusnya menjadi perhatian bagi Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Hal ini untuk mengawasi pemanfaatan kekayaan laut agar tidak menciptakan eksklusivitas yang tidak selaras dengan prinsip *blue economy*. Namun, di satu sisi, pengawasan yang tidak tepat oleh KPPU justru akan menghambat pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui pemanfaatan kekayaan laut di Indonesia yang melimpah.

Dari hal di atas, maka tulisan ini akan melakukan analisis terhadap peran KPPU yang dilematis dalam penerapan *blue economy*. Analisis dilakukan berdasarkan 2 (dua) rumusan masalah. Kedua rumusan masalah tersebut adalah (i) bagaimana hukum persaingan usaha di Indonesia menyambut perkembangan *blue economy*? dan (ii) bagaimana regulasi dan kebijakan hukum persaingan usaha yang dibutuhkan untuk mendorong perkembangan *blue economy* di Indonesia?

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian yang mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma dalam hukum positif. Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis dan mengkaji permasalahan hukum yang diteliti melalui studi kepustakaan.

Data yang digunakan dalam melakukan analisis terdiri dari bahan hukum primer, yaitu UU No. 5/1999 serta bahan hukum sekunder, meliputi buku dan jurnal ilmiah terkait *blue economy* dan hukum persaingan usaha baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Seluruh data tersebut dianalisis secara deskriptif-kualitatif, yaitu dengan mengolah, menafsirkan, dan menyajikan temuan secara sistematis untuk memberikan uraian yang komprehensif mengenai isu hukum yang diteliti.

C. Pembahasan

1. Hukum Persaingan Usaha dalam Menyambut *Blue Economy* di Indonesia

Kecenderungannya, pelaku usaha akan mengikuti tren pasar yang sedang naik untuk memenuhi permintaan konsumen. Walaupun terlihat menjanjikan, tetapi ketika pelaku usaha masuk ke dalam pasar yang sudah sangat bersaing tersebut, pelaku usaha hanya dapat bersaing melalui strategi harga atau inovasi kecil. Akhirnya, hal yang didapat adalah laba yang tipis dan pertumbuhan bisnis yang stagnan.¹⁸

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ European Commission Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries, *The EU Blue Economy Report 2024*, (Brussel: Publications Office of the European Union, 2024), hlm. 15.

¹⁸ Merry Ratar dan Silvy Lefina Mandey, *Buku Referensi Blue Ocean Strategy Menciptakan Pangsa Pasar Baru*, (Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Grup, 2024), hlm. 17.

Namun, muncul paradigma baru. Pelaku usaha akan lebih tertarik untuk menciptakan atau memasuki industri baru (*new market*) yang belum dieksplorasi. Hal ini bertujuan untuk memperoleh keunggulan dalam pasar dengan menjadi pionir pada industri baru tersebut.¹⁹ Contohnya dalam pasar digital adalah Airbnb yang merevolusi industri penginapan dan perhotelan dengan menyediakan platform bagi publik untuk menyewakan langsung properti kepada wisatawan.²⁰ Contoh lainnya dalam pasar energi listrik adalah Tesla yang merupakan pionir dalam industri kendaraan listrik. Tesla mampu memimpin revolusi menuju kendaraan ramah lingkungan dengan menggunakan baterai sebagai sumber penggerak utama.²¹

Hal ini selaras dengan teori pasar monopoli dalam ilmu ekonomi. Ketika pelaku usaha mampu menciptakan pasar baru dan hanya pelaku usaha tersebut yang ada di dalamnya, maka pelaku usaha tersebut memiliki beberapa keunggulan. Diantaranya yaitu minimnya persaingan dan kemampuan untuk menjadi penentu harga (*price setter*).²² Dengan demikian, peluang untuk memaksimalkan keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan pasar yang persaingannya sudah jenuh dan ketat.²³

Pada dasarnya, monopoli bukanlah merupakan tindakan ilegal yang dilarang oleh hukum persaingan usaha. Terutama dalam hal monopoli tersebut didapatkan karena kemampuan pelaku usaha itu sendiri untuk

menciptakan pasar baru. Namun, monopoli tersebut menjadi tindakan ilegal dalam hal pelaku usaha tersebut menggunakan keunggulannya dengan menetapkan harga setinggi-tingginya untuk mengeksploitasi konsumen.²⁴ Kerugian konsumen ini juga akan menjadi kerugian perekonomian karena adanya penurunan kesejahteraan dari konsumen.²⁵

Hal inilah yang menjadikan fungsi pengawasan KPPU dalam pasar baru menjadi penting. Dalam fase awal, industri baru (*new market*) hampir dapat dipastikan hanya memiliki sedikit pemain, yang berpotensi menciptakan kekuatan dominan atau monopoli. Oleh karena itu, KPPU harus memastikan bahwa meskipun pelaku usaha memiliki kebebasan untuk berinovasi dan menciptakan pasar, mereka tetap berusaha dalam koridor persaingan yang sehat. Tujuannya adalah untuk memastikan setiap pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama untuk masuk ke dalam industri tersebut dan mencegah praktik seperti oligopoli, monopoli, posisi dominan, dan pemilikan saham yang menciptakan persaingan usaha tidak sehat dari para pelaku usaha.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*, hlm. 23..

²¹ *Ibid.*, hlm. 30.

²² Lailatul Rofiah, *et al.*, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Ekonomi* (Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2024) hlm. 212.

²³ Andi Fahmi Lubis, *et al.*, *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha), hlm. 49.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 138.

²⁵ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 17 (Praktek Monopoli) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, hlm. 12.

Tabel 1. Perbandingan Praktik Oligopoli, Monopoli, Posisi Dominan, dan Pemilikan Saham yang menciptakan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Aspek Perbandingan	Oligopoli (Pasal 4 UU No. 5/1999)	Monopoli (Pasal 7 UU No. 5/1999)	Posisi Dominan (Pasal 25 UU No. 5/1999)	Pemilikan Saham (Pasal 27 UU No. 5/1999)
Muatan Larangan	Membuat perjanjian untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.	Melakukan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa.	Menyalahgunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk tujuan anti-persaingan	Memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis atau mendirikan beberapa perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan yang sama
Pelaku Usaha yang Terlibat	Dua atau tiga atau atau kelompok pelaku usaha	Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.	Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.	Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.
Syarat Pelanggaran	Menguasai lebih dari 75% pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu	<ul style="list-style-type: none"> a. Barang/jasa belum ada substitusinya; atau b. Mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha yang sama; atau c. Satu pelaku usaha menguasai lebih dari 50% pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Satu pelaku usaha atau kelompok menguasai 50% atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu; atau b. Dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok menguasai 75% atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Satu pelaku usaha atau kelompok menguasai 50% atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu; atau b. Dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok menguasai 75% atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa *blue economy* akan melahirkan sektor-sektor industri baru. Seperti yang terjadi di Uni Eropa bahwa *blue economy* menghadirkan beberapa sektor industri baru, yang meliputi *blue biotechnology* untuk farmasi, kosmetik, pakan hewan, biomaterial, dan bahan kimia khusus; desalinasi; *offshore wind energy*; dan pengolahan hasil laut menjadi *bioenergy*.²⁶ Industri *blue economy* tentunya memiliki karakteristik yang berbeda dengan sektor industri lainnya.

Dalam menghadapi lahirnya industri baru, khususnya di Indonesia, dibutuhkan dukungan hukum persaingan usaha untuk melindungi perkembangan *blue economy*. Hukum persaingan usaha pada dasarnya bertujuan untuk melindungi persaingan dalam pasar dengan mencegah pemusatan ekonomi di suatu pelaku usaha tertentu.²⁷ Namun hukum persaingan usaha di Indonesia bertujuan lebih dari sekadar melindungi persaingan itu sendiri.

Dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No. 5/1999), diatur bahwa tujuan dari hukum persaingan usaha di Indonesia adalah menjaga kepentingan umum dan efisiensi ekonomi demi kesejahteraan rakyat; mewujudkan persaingan usaha yang kondusif sehingga memberikan kesempatan pula bagi usaha kecil dan menengah; mencegah praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat; serta terciptanya efisiensi dan efektivitas kegiatan usaha. Hal yang menarik dari rumusan Pasal 3 UU No. 5/1999 adalah kesejahteraan rakyat yang pertama

disebut sebagai tujuan dari hukum persaingan usaha.

Kesejahteraan rakyat yang dituangkan dalam Pasal 3 UU No. 5/1999 bukan hanya terkait dengan kesejahteraan konsumen. Kesejahteraan konsumen hanya berfokus pada harga, layanan, mutu, pilihan, dan ketersediaan sebuah produk yang kompetitif. Namun, kesejahteraan rakyat lebih luas karena tidak hanya mencakup kesejahteraan konsumen, tetapi juga memberikan manfaat bagi publik.²⁸

Secara prinsip, melalui Pasal 3 UU No. 5/1999, hukum persaingan usaha dapat menjadi regulasi yang mendorong perkembangan *blue economy* di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh prinsip *blue economy* yang memberikan manfaat bagi publik, yaitu kegiatan ekonomi tanpa limbah, menjaga regenerasi ekosistem alam, dan inklusivitas bagi masyarakat lokal. Maka dari itu, manfaat bagi publik yang diberikan tidak hanya berdasarkan pada produk dalam pasar, tetapi juga ekosistem lingkungan yang berkelanjutan.

Namun, apakah cukup Pasal 3 UU No. 5/1999 untuk menyambut *blue economy* di Indonesia? Dalam menjawab hal tersebut Penulis melakukan analisis kemampuan hukum persaingan usaha di Indonesia menghadapi perubahan-perubahan, seperti *blue economy*. Analisis dilakukan dengan melakukan perbandingan hukum persaingan usaha di Indonesia dengan negara lain dalam menghadapi *digital economy* dan *green economy* sebagai industri baru (*new industry*). Hal ini dilakukan karena *digital economy* dan *green economy* melahirkan industri-industri baru selayaknya *blue economy*. Tujuan dari perbandingan ini adalah mengetahui pola

²⁶ European Commission Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries, *The EU Blue Economy Report 2024*, hlm. 15.

²⁷ Lubis, *et al.*, *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha*, hlm. 38.

²⁸ *Ibid.*

respons dari otoritas pengawas persaingan usaha dalam menghadapi isu-isu kontemporer, termasuk *digital economy* dan *green economy*.

Analisis dilakukan dengan kembali menggunakan contoh pelaku usaha yang menciptakan pasar baru, yaitu Airbnb dan Tesla, dapat dilihat bahwa kelahiran Airbnb menandakan era *digital economy* yang mengandalkan platform dan konektivitas. Sementara itu, Tesla menandakan era *green economy* yang mengutamakan energi ramah lingkungan. Bukan tidak mungkin perkembangan *blue economy* di Indonesia yang berpotensi melahirkan industri baru dan pionir baru.

Dalam lanskap *digital economy*, persaingan usaha menjadi jauh lebih kompleks dibandingkan pasar tradisional. Hal ini disebabkan oleh beberapa karakteristik unik, seperti model bisnis berbasis platform, pasar multilateral, dan efek jaringan yang membuat satu perusahaan semakin dominan seiring bertambahnya pengguna. Selain itu, dalam *digital economy* begitu sering terjadi kolaborasi antar perusahaan sebagai strategi persaingan itu sendiri.²⁹

Salah satu kasus pelanggaran persaingan usaha yang terjadi di Uni Eropa adalah pelanggaran Facebook Ireland Limited dan Facebook Inch dalam kasus *Facebook Marketplace*. Facebook dinyatakan menyalahgunakan posisi dominannya dan menjatuhkan denda sebesar hampir 800 juta

Euro.³⁰ Kasus ini diselidiki mulai dari tahun 2021 dan diputus pada tahun 2025.

Penyalahgunaan ini terjadi dalam dua bentuk utama. Pertama, Facebook memaksa pengguna untuk melihat *Facebook Marketplace* dengan berbagai cara. Hal ini dilakukan seperti memunculkan ikon *Facebook Marketplace* secara otomatis, mengirimkan notifikasi, dan menampilkan daftar produk di beranda pengguna. Pengguna juga tidak diberi pilihan untuk menonaktifkan fitur-fitur ini. Praktik ini diklasifikasikan dengan praktik *tying*.³¹

Kedua, Facebook membebankan syarat dan ketentuan yang tidak adil kepada layanan beriklan di *Facebook Marketplace*. Facebook menggunakan data yang diperoleh dari para pengiklan lainnya untuk menguntungkan produknya sendiri. Dengan demikian, Facebook memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pengiklan lainnya.³²

Dalam menghadapi *digital economy*, Uni Eropa juga menunjukkan sebuah komitmen agar hukum persaingan usaha dapat mengikuti transformasi ekonomi. Uni Eropa mengesahkan *Digital Market Acts* yang mulai berlaku pada awal tahun 2023. Berlakunya *Digital Market Acts* menunjukkan bahwa Uni Eropa berkomitmen untuk melindungi hak-hak konsumen dan persaingan usaha yang sehat. *Digital Market Acts* secara spesifik memiliki tujuan untuk menciptakan persaingan yang setara bagi semua perusahaan digital, tanpa memandang ukurannya.³³ Dalam *Digital Market Acts* diatur

²⁹ Achmad Sabirin dan Rafid Haidar Herfian, "Dampak Ekosistem Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) di Era Ekonomi Digital, *Jurnal Persaingan Usaha* 2 (2021):

³⁰ European Commission, "Competition Case Search: AT.40684," European Commission, <https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.40684> (diakses 2 Agustus 2025).

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.*

³³ Maria Luisa Chiarella, "Digital Markets Act (DMA) and Digital Services Act (DSA): New Rules for the EU Digital Environment," *Athens Journal of Law* 9 (2023): 37.

mengenai daftar "yang boleh" dan "yang tidak boleh" bagi platform-platform besar, atau yang disebut dengan *gatekeepers*. Kemudian Pada 6 September 2023, Komisi Eropa untuk pertama kalinya menetapkan enam *gatekeepers* yaitu Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta, dan Microsoft.³⁴

Digital Markets Acts memuat beberapa hal penting terkait persaingan di pasar digital. Beberapa di antaranya seperti larangan bagi *gatekeepers* menempatkan produk mereka sendiri di posisi teratas hasil pencarian. Tidak hanya itu, *gatekeepers* diwajibkan agar pengguna harus diizinkan untuk menghapus atau mengganti aplikasi bawaan yang sudah terpasang, seperti *browser* atau aplikasi lainnya. Dengan demikian, hak-hak konsumen serta persaingan yang adil terwujud dalam pasar digital.³⁵

Dalam menghadapi *green economy*, Komisi Eropa juga menunjukkan respons yang proaktif. Sebagai studi kasus adalah kasus *Washing Machine* tahun 1997. Pada saat itu, *Conseil Européen de la Construction Electro- Domestique* (CECED), organisasi yang mewakili lebih dari 90% produsen mesin cuci di Uni Eropa, membuat perjanjian untuk tidak mengimpor dan memproduksi mesin cuci yang kurang ramah lingkungan. Komisi Eropa merespons dengan menyetujui perjanjian ini. Keputusan ini didasarkan pada analisis biaya-manfaat, di mana manfaat yang diterima konsumen, seperti penghematan energi dan dampak positif bagi

lingkungan yang dianggap lebih besar daripada kenaikan harga mesin cuci.³⁶

Komisi Eropa juga melihat perjanjian ini sebagai dorongan bagi produsen untuk meningkatkan efisiensi energi. Berdasarkan penelitian Rainer, kesepakatan ini berhasil mengurangi konsumsi energi mesin cuci baru hingga 15-20% pada akhir tahun 1999 dan mengurangi biaya bagi konsumen. Sebagai tindak lanjut, CECED berkomitmen untuk mengirimkan laporan tahunan mengenai kemajuan mereka. Komisi Eropa bahkan menyatakan bahwa manfaat lingkungan bagi masyarakat secara keseluruhan sudah cukup untuk memberikan keuntungan yang adil bagi konsumen, meskipun pembeli individu mungkin tidak merasakan manfaatnya secara langsung.³⁷

Dalam merespons *green economy*, Komisi Eropa menunjukkan komitmennya dengan menyusun kebijakan *Green Deal*. *Green Deal* merupakan kebijakan yang dirancang untuk memberikan masa depan yang lebih hijau dan berkelanjutan. Tujuan utama dari program ini adalah untuk mencapai netralitas karbon pada tahun 2050 dan dengan mengurangi emisi gas rumah kaca hingga 55% pada tahun 2030.³⁸ Salah satu komitmennya yaitu mendorong kebijakan persaingan usaha yang sehat selaras dengan *Green Deal*. Salah satu contoh kebijakan yang dilakukan adalah memberikan pengecualian terhadap perjanjian antara pelaku usaha untuk mendukung metode pertanian hijau.³⁹

³⁴ European Commission, "Digital Markets Act: Gatekeepers" European Commission, https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en (diakses 2 Agustus 2025).

³⁵ Natalia Moreno Bellosso dan Nicolas Petit, "The EU Digital Markets Act (DMA): A Competition Hand in a Regulatory Glove," *European Law Review* 48 (2023): 12.

³⁶ Giorgio Monti, "Four Options for a Greener Competition Law," *Journal of European Competition Law & Practice* 11 (2020): 125.

³⁷ *Ibid.*

³⁸ European Commission, "Competition Policy in Support of the Green Deal," European Commission, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_21_7754 (diakses 2 Agustus 2025).

³⁹ *Ibid.*

Sementara itu, di Indonesia. KPPU baru merespons terhadap isu *digital economy* pada tahun 2024. KPPU berhasil menjatuhkan denda sebesar Rp202,5 miliar kepada Google LLC. Putusan ini diambil karena Google dinilai melakukan praktik monopoli dengan mewajibkan pengembang aplikasi yang mendistribusikan produk melalui Google Playstore untuk menggunakan sistem pembayaran *Google Play Billing*. Kebijakan ini dinyatakan melanggar Pasal 17 dan Pasal 25 ayat (1) huruf b UU No. 5/1999 yaitu terkait pelanggaran monopoli dan penyalahgunaan posisi dominan. Selain denda, KPPU juga memerintahkan Google untuk segera menghentikan kewajiban penggunaan *Google Play Billing* dan memberikan kebebasan kepada pengembang aplikasi untuk menggunakan sistem pembayaran lain.⁴⁰

Namun, KPPU belum menunjukkan adanya pembentukan komitmen untuk terus menghadapi isu persaingan usaha dalam *digital economy* dan *green economy* seperti halnya yang dilakukan oleh Komisi Eropa. Walaupun UU No. 5/1999 telah berhasil menjatuhkan putusan terhadap Google dalam menghadapi perkembangan *digital economy*, tetapi komitmen menjadi penting mengingat karakteristik dari industri *digital economy* berbeda dengan industri konvensional.

Dilihat dari terlambatnya respons KPPU dalam pengawasan dan penegakan hukum di *digital economy*, maka dapat ditarik kesimpulan awal hukum persaingan di Indonesia belum sepenuhnya dapat mendukung perkembangan *blue economy* di Indonesia. Walaupun dalam Pasal 3 UU No. 5/1999 ditegaskan bahwa hukum persaingan usaha bertujuan untuk

mencapai kesejahteraan rakyat, tetapi KPPU belum ada tindakan nyata untuk senantiasa bertransformasi mengikuti perkembangan ekonomi.

2. Regulasi dan Kebijakan Persaingan Usaha untuk Mendukung *Blue Economy* di Indonesia

Sejak diberlakukan pada tahun 2000, UU No. 5/1999 baru diubah pertama kali dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja yang ditetapkan dengan UU No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang. Perubahan yang dilakukan pada dasarnya berkaitan dengan sanksi dan kompetensi absolut. Terkait dengan jenis pelanggaran persaingan usaha dan kewenangan KPPU tidak terdapat perubahan.

Berdasarkan analisis sebelumnya, didapatkan kesimpulan bahwa hukum persaingan usaha di Indonesia belum siap untuk mendukung perkembangan *blue economy* di Indonesia karena dilihat dari respon yang pasif terhadap *digital economy* dan *green economy*. Maka dari itu, penulis akan melakukan analisis terhadap kewenangan KPPU sebagai otoritas pengawas persaingan usaha di Indonesia. Kemudian Penulis akan melakukan perbandingan dengan kewenangan otoritas pengawas persaingan usaha di negara lain yang cukup responsif dengan isu *digital economy* dan *green economy*, yaitu Jepang. Perbandingan dengan Jepang dilakukan karena otoritas persaingan usaha Jepang yaitu Japan Fair Trade Commissions

⁴⁰ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Putusan Nomor 03/KPPU-I/2024, hlm. 537.

(JFTC) karena saat ini aktif melakukan advokasi terkait hukum persaingan usaha.⁴¹

Ditinjau dari kewenangan KPPU terlebih dahulu yaitu pada Pasal 30 ayat (1) UU No. 5/1999, KPPU merupakan organ untuk mengawasi pelaksanaan dari UU No. 5/1999. Dalam menjalankan fungsinya untuk mengawasi pelaksanaan UU No. 5/1999, KPPU diberikan beberapa tugas. Dalam Pasal 35 UU No. 5/1999, diatur bahwa terdapat beberapa tugas yang dimiliki KPPU meliputi:

- a. melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dilarang;
- b. melakukan penilaian terhadap kegiatan yang dilarang;
- c. melakukan penilaian terhadap penyalahgunaan posisi dominan atau praktik monopoli;
- d. mengambil tindakan sesuai kewenangannya;
- e. memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan pemerintah berkaitan dengan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat;
- f. menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-undang ini;
- g. serta melaporkan secara berkala kinerjanya kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Hal yang menjadi poin analisis yang dilakukan Penulis adalah dua dari tugas KPPU. Kedua tugas tersebut yaitu tugas pada huruf e dan tugas pada huruf f. Terkait tugas ini tidak ada penjelasan tambahan.

Pertama, tugas KPPU dalam Pasal 35 huruf e UU No. 5/1999, yaitu tugas memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan persaingan usaha. Rumusan Pasal 35 huruf e UU No. 5/1999 membatasi KPPU dalam mengawasi persaingan usaha. Hal ini disebabkan bahwa difokuskan hanya untuk kebijakan pemerintah. Dilansir dari laman KPPU, saran dan pertimbangan yang dihasilkan KPPU meliputi Kajian Kebijakan Rencana Tindakan Pengamanan Perdagangan (TPP) Produk Sirup Fruktosa Tahun 2020, Position Paper Rancangan Peraturan Presiden Tentang Penataan dan Pembinaan Usaha Pasar Modern dan Usaha Toko Modern, Position Paper MoU Microsoft dan Pemerintah dalam Perspektif Persaingan Usaha, Position Paper KPPU Terhadap Perkembangan Perkebunan Kelapa Sawit, Position Paper KPPU Terhadap Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 01/M/KOMINFO/1/07 Tentang Pengiriman Surat.⁴²

Berbeda dengan Pasal 35 huruf e UU No. 5/1999, JFTC menjadikan penegakan hukum persaingan usaha dan advokasi sebagai dua alat fundamental. Tidak hanya berfokus pada penindakan pelanggaran, JFTC juga melakukan upaya advokasi. Advokasi yang dilakukan memiliki *output* berupa rekomendasi untuk perubahan perilaku dalam melakukan kegiatan usaha bahkan amandemen regulasi.⁴³

Hal yang utama dilakukan JFTC adalah memperkuat upaya advokasi dengan melakukan *market study*. *Market study* dilakukan untuk memahami aktivitas kegiatan usaha dan kondisi

⁴² Komisi Pengawas Persaingan Usaha, "Kajian Kebijakan," Komisi Pengawas Persaingan Usaha, <https://kppu.go.id/kajian-kebijakan/> (diakses 5 Agustus 2025).

⁴³ Toshio Dokei, Hideo Nakajima, dan Takako Onoki, "JFTC's Policy to Actively Promote Competition in Response to Social Economics, Such as Digitalization: Coordinating and Strengthening Advocacy and Enforcement," White & Case, <https://www.whitecase.com/insight-alert/jftcs-policy-actively-promote-competition-response-social-economics-such> (diakses 4 Agustus 2025).

ekonomi pada setiap industri. JFTC secara aktif melakukan *market study* pada area industri tertentu. Area industri tersebut meliputi:⁴⁴

- 1) Area di mana persaingan dianggap tidak memadai karena regulasi dan praktik bisnis;
- 2) Area di mana reformasi regulasi akan memperluas peluang bagi pendatang baru dan di mana persaingan diharapkan akan meningkat.
- 3) Area di mana konsumen umum dan UKM mungkin dirugikan secara tidak adil.
- 4) Area di mana perubahan pasar yang cepat memerlukan pemahaman cepat tentang kondisi persaingan dan pengembangan aturan persaingan, seperti pasar digital.

Dari hasil *market study*, JFTC akan membuat laporan atau pedoman yang dapat memuat:⁴⁵

- 1) kegiatan usaha yang diduga melakukan pelanggaran *Japan Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade* (Japan AMA) atau kebijakan hukum persaingan usaha lainnya;
- 2) rekomendasi bagi pelaku usaha untuk melakukan perubahan perilaku; dan.atau
- 3) saran bagi pemerintah atau otoritas berwenang melakukan revisi aturan yang disahkannya.

Hasil dari *market study* dapat pula menjadi bukti awal untuk menindak dugaan pelanggaran persaingan usaha. Pendekatan ini bertujuan untuk mendorong perbaikan secara sukarela oleh perusahaan dan mencegah terjadinya pelanggaran aturan JAPAN AMA.⁴⁶

Dalam melakukan *market study*, tentunya JFTC didukung dengan kewenangan besar. Berdasarkan Pasal 40 Japan AMA, JFTC dapat memerintahkan lembaga publik, badan hukum, perusahaan, atau organisasi perusahaan untuk hadir atau menyerahkan laporan, informasi, dan materi yang diperlukan untuk menjalankan tugasnya. Jika sebuah perusahaan tidak mematuhi permintaan tersebut, mereka dapat dikenakan denda pidana hingga 3 juta Yen. Kewenangan ini memberikan JFTC kekuatan hukum yang signifikan untuk memastikan kepatuhan dan memperoleh data yang dibutuhkan dalam *market study*.⁴⁷

Dilansir dari laman JFTC, *market study* yang telah dilakukan JFTC meliputi *Market Study Report on the Electric Power Sector – Focusing on Power Generation and Retail*, *Market Study Report on Connected TV and Video On-demand Service, etc*, *Market Study Report on the Recycling of Used Plastic Bottles*, *Market Study Report on the Electric Vehicle (EV) Charging Service on Expressways*, *Market Study Report on Mobile OS and Mobile App Distribution*, dan lain-lainnya.⁴⁸ Perbedaan mendasar dengan kajian yang dilakukan KPPU adalah KPPU berfokus pada kebijakan yang dilakukan pemerintah sehingga kajian yang dilakukan bukan terhadap industri-industri baru. *Market study* yang dilakukan JFTC dilakukan dengan terus mengikuti industri baru.

Kedua, tugas KPPU huruf f, yaitu menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan UU No. 5./1999. Dilansir dari laman KPPU, pedoman yang telah diterbitkan oleh KPPU pada dasarnya memuat pedoman

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ Japan Fair Trade Commission, "Market Study/Fact-Finding Survey" Japan Fair Trade Commission <https://www.jftc.go.jp/en/pressreleases/categories/Fact-finding%20Survey/index.html/> (diakses 5 Agustus 2025).

penilaian atau pelaksanaan lebih lanjut dari pelanggaran persaingan usaha dalam UU No. 5/1999. Misalnya, Pedoman Penilaian Terhadap Penggabungan, Peleburan, atau Pengambilalihan, Peraturan KPPU Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga), Peraturan KPPU Nomor 7 Tahun 2009 tentang Pedoman Jabatan Rangkap Sesuai Ketentuan Pasal 26 UU No. 5/1999.⁴⁹

Sementara itu, JFTC memiliki pedoman yang tidak hanya terkait dengan pelanggaran pada Japan AMAs. Akan tetapi, JFTC memiliki pedoman-pedoman bagi persaingan pada industri tertentu yang disusun berdasarkan hasil *market study*. Seperti halnya *Guidelines Concerning the Activities of Enterprises, etc. Toward the Realization of a Green Society Under the Antimonopoly Act, Guidelines for Proper Electric Power Trade, Guidelines for Proper Gas Trade, Guidelines for Promotion of Competition in the Telecommunications Business Field*, dan lainnya.⁵⁰

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa JFTC secara proaktif melakukan advokasi terhadap industri-industri baru bahkan menyusun pedoman terkait dengan industri tersebut. Sementara itu, KPPU masih sulit untuk menysasar industri baru karena keterbatasan kewenangan. Maka dari itu, KPPU akan cenderung lambat dalam menanggapi perkembangan *blue economy* di Indonesia.

Berkaca dari kewenangan JFTC dan kemampuannya menysasar industri baru, maka untuk mendukung perkembangan *blue economy* di Indonesia yang lebih baik, diperlukan perubahan regulasi untuk meluaskan

kewenangan KPPU. Terlebih *blue economy* sangat relevan dengan Indonesia karena memiliki kekayaan laut yang besar serta prinsip *blue economy* yang selaras dengan tujuan UU No. 5/1999. KPPU harus diberikan kewenangan dalam undang-undang untuk:

- 1) tidak membatasi saran dan rekomendasi terhadap kebijakan pemerintah saja, tetapi juga menysasar kebijakan asosiasi pelaku usaha atau bahkan tindakan pelaku usaha secara umum;
- 2) memberikan kewenangan bagi KPPU untuk melakukan *market study* sehingga KPPU dapat menysasar area industri yang terdapat perubahan pasar untuk kemudian menyusun pedoman; dan
- 3) memberikan kewenangan bagi KPPU untuk melakukan permintaan informasi kepada lembaga publik, badan hukum, perusahaan, atau organisasi perusahaan untuk *market study* bukan untuk penyelidikan untuk mendukung penyusunan saran dan pertimbangan serta *market study*.

Dengan diperluasnya tugas kewenangan KPPU, maka KPPU dapat secara proaktif menysasar area industri baru atau area industri yang mengalami perubahan pasar. Maka dari itu, perkembangan *blue economy* di Indonesia dapat disasar oleh KPPU sehingga dapat bertumbuh secara masif. Serta hal yang penting adalah *blue economy* dapat terlaksana sesuai dengan prinsipnya yaitu untuk selalu inklusif kepada masyarakat setempat sehingga selaras dengan tujuan UU No. 5/1999 untuk menyejahterakan masyarakat.

⁴⁹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, "Pedoman," Komisi Pengawas Persaingan Usaha, <https://kppu.go.id/pedoman/> (diakses 5 Agustus 2025).

⁵⁰ Japan Fair Trade Commission, "Guidelines" Japan Fair Trade Commission https://www.jftc.go.jp/en/legislation_gls/imonopoly_guidelines.html (diakses 5 Agustus 2025).

D. Penutup

Dalam menyambut perkembangan *blue economy* di Indonesia, hukum persaingan usaha belum siap. Memang secara prinsip, *blue economy* dan tujuan hukum persaingan usaha dalam Pasal 3 UU No. 5/1999 selaras. Akan tetapi, ditinjau dari respon KPPU pada industri baru yang menyebabkan perubahan pasar, seperti *digital economy* dan *green economy*, KPPU terlambat dan belum menunjukkan komitmen yang kuat dibandingkan dengan negara lainnya, seperti halnya Uni Eropa.

Untuk mendukung perkembangan *blue economy* di Indonesia secara maksimal, KPPU harus diperluas kewenangannya. Belajar dari kewenangan JFTC, KPPU harus memiliki setidaknya (i) kewenangan untuk memberikan saran dan pertimbangan yang tidak terbatas dari kebijakan pemerintah saja, tetapi juga kebijakan asosiasi pelaku usaha atau bahkan tindakan pelaku usaha; (ii) kewenangan bagi KPPU untuk melakukan *market study* sehingga KPPU dapat menyoroti area industri yang terdapat perubahan pasar untuk disusun pedomannya, seperti *blue economy*; dan (iii) kewenangan permintaan informasi kepada lembaga publik, badan hukum, perusahaan, atau organisasi perusahaan di luar penyelidikan untuk mendukung penyusunan saran dan pertimbangan serta *market study* yang komprehensif. Dengan demikian, perkembangan *blue economy* Indonesia dapat terlaksana sesuai dengan prinsipnya yaitu untuk menyejahterakan masyarakat dengan dukungan dari regulasi dan kebijakan persaingan usaha dari KPPU.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Biber, Antje, Steffen Knodt, dan Martin Visbeck, *Sustainable Blue Economy Transformation, Value and the Potential of Marine Ecosystems* (Bad Homburg: FERI Cognitive Finance Institute, 2022).
- Bidayani, Endang, *Blue Economy Pengelolaan Sumber Daya Pesisir* (Bangka: UBB Press, 2021).
- Damanik, Reza, et al., *Proyek Strategis Ekonomi Biru Menuju Negara Maju 2045* (Jakarta: Laboratorium Indonesia 2045, 2023).
- European Commission Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries, *The EU Blue Economy Report 2024*, (Brussel: Publications Office of the European Union, 2024).
- Food and Agriculture Organization of the United Nations, *The State of World Fisheries and Aquaculture 2024 – Blue Transformation in Action* (Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2024).
- HS, Tomo, *Kebijakan Kelautan Indonesia* (Jakarta: Indocamp, 2018).
- Kementerian Kelautan dan Perikanan, *Kelautan dan Perikanan Dalam Angka Tahun 2022* (Jakarta: Pusat Data, Statistik dan Informasi Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2022).
- Lubis, Andi Fahmi, et al., *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha).
- Pauli, G, *The Blue Economy: 10 Years, 100 Innovations, 100 Million Jobs* (Taos: Paradism Publication, 2010).
- Purwadinata, Subhan, dan Ridolof Wenand Batilmurik, *Perekonomian Indonesia (Persoalan Kebijakan Isu Kontemporer dan Globalisasi Pembangunan)* (Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Grup, 2024).
- Ratar, Merry, dan Silvy Lefina Mandey, *Buku Referensi Blue Ocean Strategy Menciptakan Pangsa Pasar Baru*, (Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Grup, 2024).
- Rofiah, Lailatul, et al., *Buku Ajar Pengantar Ilmu Ekonomi* (Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).
- Schwab, Klaus, *The Fourth Industrial Revolution* (Geneva: World Economic Forum, 2016).
- Stuchtey, Martin, et al., *Ocean Solutions That Benefit People, Nature, and the Economy*

(Washington DC: World Resources Institute, 2020).

The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *The Ocean Economy in 2030* (Paris: OECD Publishing, 2016).

Jurnal

Belloso Natalia Moreno, dan Nicolas Petit, "The EU Digital Markets Act (DMA): A Competition Hand in a Regulatory Glove," *European Law Review* 48 (2023).

Chiarella, Maria Luisa, "Digital Markets Act (DMA) and Digital Services Act (DSA): New Rules for the EU Digital Environment," *Athens Journal of Law* 9 (2023).

Mahiranissa, Aulia, Mayasti Dwidya, dan Nastiti Sofy Nito Amalia, "Tantangan Kelautan dan Pentingnya Ekonomi Biru bagi Indonesia," *Rintisan* 10 (2024).

Monti, Giorgio, "Four Options for a Greener Competition Law," *Journal of European Competition Law & Practice* 11 (2020).

Sabirin, Achmad, dan Rafid Haidar Herfian, "Dampak Ekosistem Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) di Era Ekonomi Digital," *Jurnal Persaingan Usaha* 2 (2021).

Internet

BNP Paribas, "The Blue Economy in Numbers," BNP Paribas Asset Management, <https://www.bnpparibas-am.com/en/forward-thinking/the-blue-economy-in-numbers-en/> (diakses 29 Juli 2025).

Dokei, Toshio, Hideo Nakajima, dan Takako Onoki, "JFTC's Policy to Actively Promote Competition in Response to Social Economics, Such as Digitalization: Coordinating and Strengthening Advocacy and Enforcement," White & Case, <https://www.whitecase.com/insight-alert/jftcs-policy-actively-promote-competition-response-social-economics-such> (diakses 4 Agustus 2025).

European Commission, "Competition Case Search: AT.40684," European Commission, <https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.40684> (diakses 2 Agustus 2025).

European Commission, "Competition Policy in Support of the Green Deal," European

Commission, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_21_7754 (diakses 2 Agustus 2025).

European Commission, "Digital Markets Act: Gatekeepers" European Commission, https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en (diakses 2 Agustus 2025).

Ishii, Teruhisa, Yoshihiro Sakano dan Hiroaki Matsunaga, "Japan: JFTC's Shift From Enforcement to Advocacy Continues to Concern Experts," *Global Competition Review, Japan: JFTC's shift from enforcement to advocacy continues to concern experts* (diakses 1 Agustus 2025).

Japan Fair Trade Commission, "Guidelines" Japan Fair Trade Commission https://www.jftc.go.jp/en/legislation_gls/imonopoly_guidelines.html (diakses 5 Agustus 2025).

Japan Fair Trade Commission, "Market Study/Fact-Finding Survey" Japan Fair Trade Commission <https://www.jftc.go.jp/en/pressreleases/categories/Fact-finding%20Survey/index.html/> (diakses 5 Agustus 2025).

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, "Kajian Kebijakan," Komisi Pengawas Persaingan Usaha, <https://kppu.go.id/kajian-kebijakan/> (diakses 5 Agustus 2025).

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, "Pedoman," Komisi Pengawas Persaingan Usaha, <https://kppu.go.id/pedoman/> (diakses 5 Agustus 2025).

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 17 (Praktek Monopoli) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Putusan Pengadilan

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Putusan Nomor 03/KPPU-I/2024*.