

Tantangan Hukum dalam Era Analisis *Big Data*

“Implikasi Pemanfaatan Analisis *Big Data* terhadap Hukum Persaingan”



Ningrum Natasya Sirait

Fakultas Hukum - Universitas Sumatera Utara

@ UGM Jogjakarta, 26 Agustus 2019

I. Technology

- **Digitalisasi dan kompleksitas transaksi online membawa perubahan dalam kehidupan manusia. *Ecommerce has brought many benefits to consumers, including wider choices at prices, as well as easy-to-use and more secure payment options.***
- Kehidupan manusia berubah drastis dengan penggunaan internet dalam segala hal *“record actions [of a large part of the population] in such a precise way that detailed and individualised conclusions on their receptiveness to specific sales messages can be drawn”*
- ***New computational techniques, typically using algorithms, enable us to trends, patterns, and correlations in data, and visualize it to turn it into actionable information. Examples include machine learning, data mining, and sensemaking.***
- ***Machine learning: a type of artificial intelligence focused on using computers to develop and implement algorithms that can learn from experience i.e. when they are exposed to new data.***
- ***Data mining: an interdisciplinary field (including artificial intelligence, machine learning, statistics, and database systems) that explores large data sets with the aim to discover patterns.***
- ***Sense making: an interdisciplinary field that focuses on using intelligent systems to find insights in (make sense of) large amounts of information by interpreting them in context. Advances in technology also enable us to store greater data volumes and process it at faster speeds.***



II. Big Data?

- ***“Big Data” is an umbrella term that refers to the large and increasing amounts of digital data continually generate as we use digital devices, and to new technology and methods that are now available to analyze large and complex data sets. Big Data does not just refer to new sources of digital data. It also refers to new technology and innovative approaches. Big Data: extremely large data sets that may be analyzed computationally to reveal patterns, trends, and associations, relating to human behavior and interactions.***
- ***Big Data usually refer to (1) the large dimension of datasets; and (2) the need to use large scale computing power and non-standard software and methods to extract value from the data in a reasonable amount of time. According to De Mauro et al (2016), “Big Data is the information asset characterized by such a high volume, velocity and variety to require specific technology and analytical methods for its transformation into value.”***
- ***Yet, there appears to be no clear and unifying definition of what Big Data is. Definitions vary depending on whether the phenomenon is looked at through a technology, business, industry or public policy view.***
- ***It is an emerging and experimental field in the development sector, and much of the information that is publicly available about Big Data for development is still defined, lacking in detail, and has its basis in theory rather than in practical application. This gap in understanding and lack of information presents a challenge for constructive debate over the potential of Big Data.***



III. Technology and Big Data

- *The theoretical basis behind Big Data research, and using qualitative techniques to incorporate contextual information for data interpretation will be essential to gain actionable insights*
- *Technology facilitates the rapid availability of data but interpreting data. Appropriately takes time, capacity and willingness. For balanced decision-making, data alone is insufficient. One benefit of Big Data analytics is that technology facilitates the rapid availability of data. However, data, information, and knowledge are not the same entity.*
- *To interpret digital data appropriately and gain information and knowledge from it, contextual information needs to be incorporated. Even if data from initial analytics are available rapidly, that does not automatically mean that evidence is rapidly available for policy.*

- *Interpreting data appropriately requires a willingness to critically assess data, present information in a balanced way, and make decisions based upon that evidence as oppose to other interests.*
- *When data is used for policy-making or business decisions, the party/companies holding data determines its use and as data can be interpreted and potentially twisted in many ways, it can be used to provide 'evidence' for a variety of intentions.*
- *Is there a way that we can help ensure that Big Data has a positive impact upon policy? How can we be transparent about the strength of evidence the data provides?*
- *What impact is relevant to market competition ?*



IV. Apa, Siapa dan Bagaimana Big Data?

- Big Data adalah istilah yang menggambarkan volume data yang besar, baik data yang terstruktur maupun data yang tidak terstruktur. Big Data telah digunakan dalam banyak bisnis. Tidak hanya besar data yang menjadi poin utama tetapi apa yang harus dilakukan organisasi dengan data tersebut, <https://www.codepolitan.com>
- Big Data adalah istilah yang menggambarkan volume data yang besar, baik data yang terstruktur maupun data yang tidak terstruktur. Big Data telah digunakan dalam banyak bisnis. Tidak hanya besar data yang menjadi poin utama tetapi apa yang harus dilakukan organisasi dengan data tersebut. Big Data dapat dianalisis untuk wawasan mengarah pada pengambilan keputusan & strategi bisnis lebih baik.
- *Commonly referred to as 'Big Data', the concept refers to large volumes of a variety of data which is collected at high velocity and is then processed by computing soft wares to produce unique datasets which has significant commercial value* Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), *Big Data: Bringing Competition Policy to the Digital Era, November 2016*
- *Big Data usually includes data sets with sizes beyond the ability of commonly used software tools to capture, curate, manage, and process data within a tolerable elapsed time. Big Data philosophy encompasses unstructured, semi structured and structured data, however the main focus is on unstructured data.* https://en.wikipedia.org/wiki/Big_Data
- *Big Data is a term that describes the large volume of data – both structured and unstructured – that inundates a business on a day-to-day basis. But it's not the amount of data that's important. It is what organizations do with the data that matters.* <https://www.sas.com> > *SAS Insights > Big Data Insights*



IV. Apa, Siapa dan Mengapa Big Data?

- Gordon B. Davis: Data merupakan bahan mentah bagi informasi, yang dirumuskan sebagai kelompok lambang-lambang tidak acak yang menunjukkan jumlah-jumlah, tindakan-tindakan, hal-hal, sebagainya. Data- data disusun untuk mengolah tujuan-tujuan menjadi susunan data, susunan kearsipan, & pusat data/landasan data.
- Berdasarkan pengertian di atas **data** adalah fakta-fakta mentah yang harus dikelola untuk menghasilkan suatu informasi yang memiliki arti bagi suatu organisasi atau perusahaan. Data terdiri atas fakta-fakta dan angka-angka yang secara relatif tidak berarti bagi pemakai atau fakta mentah yang belum diolah.
- Eaton, Dirk, Tom, George, & Paul: **Big Data** merupakan istilah yang berlaku untuk informasi yang tidak dapat diproses atau dianalisis menggunakan alat tradisional.



- Dumbill, 2012: **Big Data** adalah data yang melebihi proses kapasitas dari konversi sistem database yang ada. Data terlalu besar dan terlalu cepat atau tidak sesuai dengan struktur arsitektur database yang ada. Untuk mendapatkan nilai dari data, maka harus memilih jalan alternatif untuk memprosesnya. Berdasarkan pengertian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa Big Data adalah data yang memiliki volume besar sehingga tidak dapat diproses menggunakan alat tradisional biasa dan harus menggunakan cara dan alat baru untuk mendapatkan nilai dari data tersebut.
- **Dimensi Big Data**
- IBM mendefenisikan Big Data dalam tiga istilah yaitu *volume*, *variety*, dan *velocity*.
- **Volume** di sini berkaitan dengan ukuran media penyimpanan data yang sangat besar atau mungkin tak terbatas;
- **Variety** berarti tipe atau jenis data yang dapat diakomodasi;
- **Velocity** dapat diartikan sebagai kecepatan proses;

IV. Apa, Siapa dan Mengapa Big Data?

Konsep Big Data terdiri dari tiga bagian penting:

- a. **Volume:** Organisasi mengumpulkan data dari berbagai sumber, termasuk transaksi bisnis, media sosial dan informasi dari sensor atau mesin. Di masa lalu, aktivitas semacam ini menjadi masalah, namun dengan adanya teknologi baru bisa meredakan masalah ini.
- b. **Kecepatan:** Aliran data harus ditangani dengan cepat dan tepat bisa melalui hardware maupun software. Teknologi hardware seperti tag RFID, sensor pintar lainnya juga dibutuhkan untuk menangani data yang real-time.
- c. **Variasi:** Data yang dikumpulkan mempunyai format yang berbeda-beda. Mulai dari yang terstruktur, data numerik dalam database tradisional, data dokumen terstruktur teks, email, video, audio, transaksi keuangan dan lain-lain. Referensi: http://www.sas.com/en_th/insights/big-data/what-is-big-data.html

Selain itu ada faktor variabilitas dan kompleksitas:

• Variabilitas

Selain kecepatan pengumpulan data yang meningkat dan data yang semakin beraneka ragam, arus data kadang tidak konsisten dalam periode tertentu. Misalnya hal yang sedang tren di media sosial. Periodenya bisa harian, musiman, dipicu peristiwa dadakan dan lain-lain. Beban puncak data dapat menantang untuk analisis Big Data, bahkan dengan data yang tidak terstruktur.

- **Kompleksitas:** Data berasal dari berbagai sumber sehingga cukup sulit untuk menghubungkan, mencocokkan, membersihkan dan mengubah data di seluruh sistem. Big Data dibutuhkan untuk memiliki korelasi antar data, hierarki dan beberapa keterkaitan data lainnya atau data acak.
- **Potensi Big Data:** Jumlah data yang telah dibuat dan disimpan pada tingkat global besar jumlahnya, memiliki potensi mengumpulkan wawasan kunci dari informasi bisnis. Dalam strategi bisnis dalam mengolah informasi mentah menjadi keuntungan bisnis setiap hari.



V. Mengapa Big Data Penting?

- Pentingnya Big Data, tidak hanya pada jumlah data yang dimiliki institusi/perusahaan, tetapi hal yang penting adalah bagaimana mengolah data internal dan eksternal. Kita dapat mengambil data dari sumber manapun dan menganalisisnya untuk menemukan yang diinginkan dalam bisnis seperti:
- Pengurangan biaya; pengurangan waktu; pengembangan produk baru dan optimalisasi penawaran produk; pengambilan keputusan yang cerdas.
- Ketika perusahaan mampu menggabungkan jumlah data besar yang dimilikinya dengan analisis bertenaga tinggi, perusahaan dapat menyelesaikan tugas-tugas yang berhubungan dengan bisnis seperti:
 - a. Menentukan akar penyebab kegagalan untuk setiap masalah bisnis;
 - b. Menghasilkan informasi mengenai titik penting penjualan berdasarkan kebiasaan pelanggan dalam membeli;
 - c. Menghitung kembali seluruh risiko yang ada dalam waktu yang singkat;
 - d. Mendeteksi perilaku penipuan yang dapat mempengaruhi kinerja;

Referensi: http://www.sas.com/en_th/insights/big-data/what-is-big-data.html



• VI. Tantangan Pemanfaatan Big Data

- Dalam usaha pemanfaatan Big Data beberapa hambatan diantaranya berhubungan dengan data melibatkan akuisisi, *sharing* dan privasi data, serta analisis dan pengolahan data.
- **Privasi** merupakan isu yang paling sensitif, dengan konseptual, hukum, dan teknologi, Privasi dapat dipahami dalam arti luas sebagai usaha perusahaan untuk melindungi daya saing dan konsumen mereka. Data-data yang digunakan / disimpan sebagai Big Data
- **Access dan sharing** Akses terhadap data, baik data lama dan baru dapat menjadi hambatan dalam mendapatkan data untuk Big Data, terlebih pada data lama dimana data- data tersimpan dalam bentuk – bentuk berbeda dan beragam ataupun dalam bentuk fisik, akses terhadap data baru juga membutuhkan usaha yang lebih kerana diperlukannya izin dan lisensi untuk mengakses data-data *non-public* secara legal.



- Ada tantangan analitis ketika bekerja dengan sumber data baru. Relevansi dan tingkat tantangan bervariasi tergantung pada jenis analisis yang dilakukan, dan keputusan yang diambil berdasarkan jenis data yang ada.
- Tergantung dari jenis data terdapat 3 kategori dalam analisis data: Penentuan gambaran yang benar, Interpretasi Data, Menentukan anomali dalam data;
- **Teknik Analisis Big Data:**
- Analisis Teks, merupakan proses menganalisis data teks (*unstructured-data*) seperti blog, email, forum, tweet, forum dan bentuk lainnya.
- *Data Mining*, merupakan suatu proses menemukan hubungan yang berarti, pola, dan kecenderungan dari sekumpulan besar data dengan menggunakan teknik pengenalan pola seperti statistik dan matematika

VII. Big Data dan Persaingan Usaha



- **Competition:** *A situation in a market in which firms or sellers independently strive for the patronage of buyers in order to achieve a particular business objective, e.g. profits, sales and/or market share. Competition in this context is often equated with rivalry. Competitive rivalry between firms can occur when there are two firms or many firms. This rivalry may take place in terms of price, quality, service or combinations of these and other factors, which customers may value. Competition is viewed as an important process by which firms are forced to become efficient and offer greater choice of products and services at lower prices. It gives rise to increased consumer welfare and allocative efficiency. It includes the concept of “dynamic efficiency” by which firms engage in innovation and foster technological change and progress. Glossary of Industrial Organization Economics and Competition Law, English Version, OECD, Paris, 1996,*
- Dari keseluruhan penjelasan sebelumnya mengenai Big Data, tentu ada relevansinya dengan persaingan usaha. Hal-hal yang dapat dicatat adalah:
 - a. Data memainkan peranan penting dalam dunia ekonomi/bisnis terutama dalam digital ekonomi. Data dikumpulkan, diproses, dan secara komersil di eksploitasi baik oleh perusahaan besar maupun *start-ups*. Data menjadi asset yang menentukan strategi perusahaan dalam persaingan.
 - b. Bagaimana dampak penggunaan Big Data dalam persaingan usaha?

- Penggunaan pengumpulan, eksploitasi data pribadi untuk kepentingan komersial ada relevansinya dengan persaingan. Fakta ini terasa ketika terjadi merger/ akuisisi dalam pasar digital yang berdampak pada pertanyaan siapa sebenarnya yang dapat mengontrol Big Data?



- Salah satu contoh adalah Rubicon Project, online platform yang mengotomatisasi iklan penjualan dan pembelian: *“Relentless in its efforts for innovation, Rubicon Project has engineered one of the largest real-time cloud and Big Data computing systems, processing trillions of transactions within milliseconds each month.”* Pernyataan perusahaan: *“as we process more volume on our automated platform, we accumulate more data, such as pricing, geographic and preference information, data on how best to optimize yield for sellers and more. This additional data helps make our machine-learning algorithms more intelligent and this leads to more effective matching between buyers and sellers. As a result, more buyers and sellers are attracted to our platform, from which we get more data, which further reinforces the network effect...”*
- *DDI (data-driven innovation)* membuat perusahaan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan dengan lebih mengerti kebutuhan konsumen yang dibantu melalui algorithms. *Using Big Data is also useful for businesses to generally improve the efficiency of production processes, forecast market trends, improve decision-making and enhance consumer segmentation, through target advertising and personalized recommendations.*

VII. Big Data dan Persaingan Usaha



- Patut diketahui bahwa ada bukti efisiensi dari penggunaan big data yang berasal dari *profiling* kebiasaan pengguna yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memutuskan prediksi pasar dalam pemasaran barang/jasa yang berkualitas melalui proses produksi yang efisien. Keseluruhan aspek sesuai dengan salah satu tujuan persaingan: **efisiensi**.
- Tetapi akses terhadap kepemilikan Big Data mendatangkan kekhawatiran bagi persaingan usaha. Asumsi bahwa hanya perusahaan besar yang mempunyai akses dan menggunakan Big Data sehingga memungkinkan mereka memiliki *market power* (kekuatan pasar).
- *Lawrence A. Sullivan & Warren S. Grimes, Market Power or Monopoly Power is the "power to raise prices significantly above the competitive level without losing all of one's business". Dennis W. Carlton & Jeffrey M. Perloff, Market Power is the ability "to price profitably above the competitive level" or "above marginal cost". Herbert Hovenkamp, "Market Power is the ability of a firm to increase its profits by reducing output and charging more than a competitive price for its products".*
- Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa perusahaan membutuhkan investasi yang signifikan untuk menganalisis data serta membangun *complex self-learning computing algorithms*.
- Sehingga ada perkiraan bahwa akses terhadap kepemilikan Big Data dapat berakibat terjadinya *highly concentrated markets* dengan *barrier to entry* atau hambatan yang tinggi.

VII. Big Data dan Persaingan Usaha

- Sebagai tambahan kebutuhan akan Big Data erat hubungannya dengan proses merger dan akuisisi sektor teknologi dan komunikasi dimana aspek privasi konsumen dapat di persepsikan relevan dengan aspek *non-price competition parameter* dalam mengukur dampak persaingan.
- Contohnya dalam kasus merger *Microsoft/LinkedIn*, European Commission (EC) memutuskan bahwa walaupun hak privasi pelanggan diatur dalam undang undang perlindungan privasi publik (*data protection laws*), EC berpendapat bahwa aspek ini termasuk dalam kategori faktor *non-price competition* dalam *merger control assessments* ketika disimpulkan bahwa konsumen melihat aspek tsb sebagai faktor signifikan yang akan menentukan pelayanan yang diberikan.
- Kasus berikutnya: EC menjatuhkan denda USD 132.26 million kepada Facebook yang gagal mengungkapkan fakta sesudah mengakuisisi WhatsApp, dimana kondisi sesudah akuisisi akan mampu membangun otomatisasi menghubungkan antara pengguna Facebook dan akun WA.
- Dalam penegakan hukum, akses kepada Big Data berdampak pada *exclusionary conduct*, contoh: perusahaan dominan melakukan perjanjian eksklusif dengan pihak ketiga melakukan analisis dan untuk mendapatkan data yang mempunyai keunggulan tersendiri/unik. Mereka mampu menciptakan hambatan (*barrier*) di pasar dengan cara mempersulit pelanggannya menggunakan *platform* pesaing.



- Teknologi jelas memengaruhi persaingan. Pangsa pasar yang meningkat dikarenakan penggunaan teknologi dan Big Data merupakan langkah awal sebagai penentu strategi bisnis ke depan.... *accrual of market share is often the first step in a digital service provider's business strategy ... further complicating the issue, as we have seen, is that the market share of a digital service provider can extend across multiple verticals, and they may well utilize a dominant platform in one sector to leverage market share in another sector.*
- Sisi lain dari perubahan ini adalah bahwa fakta teknis dimana *service providers* tidak mempunyai beban membayar *license fees* dan tidak diregulasi sebagaimana yang lainnya sehingga dalam konteks persaingan akan mengakibatkan "*uneven playing field*". Hal yang sebenarnya adalah apakah kondisi ini mengakibatkan terjadinya *natural* atau *artificial barriers to entry*, contohnya bila ada *exclusive licenses*.
- Dengan kata lain, *online platforms* berdampak langsung dan memungkinkan terjadinya *natural* monopoli. Penggunaan intens dari *digital services* (seperti *social networking sites, and voice and messaging apps*) mampu menjadikan pelayanan yang lebih efisien dan berdampak terjadinya posisi dominan pada *digital service providers*.
- Bagaimanapun posisi dominan tidak otomatis per se illegal dan hanya menjadi masalah persaingan bila *digital service providers* mengeksploitasi posisi dominannya dan mengakibatkan kerugian konsumennda melalukan persaingan tidak sehat.



- Saat proses akuisisi maka penggunaan Big Data menjadi salah 1 aspek yang berpengaruh dalam persaingan, dimana perusahaan berupaya untuk meningkatkan strategi untuk mendapatkan data yang lebih *update*. Stucke and Eyrachi menyatakan: *“Companies are increasingly adopting business models that rely on personal data as a key input. (...) companies offer individuals free services with the aim of acquiring valuable personal data to assist advertisers to better target them with behavioral advertising.”*
- Walaupun sisi positif mendukung persaingan dengan penggunaan Big Data melalui inovasi dll, tetapi otoritas persaingan usaha mengingatkan kemungkinan terjadinya *market power* (kekuatan pasar) dan adanya *durable competitive advantage*. Sehingga perusahaan besar dengan *market power* dan *large base of customers* sebagai *incumbent* akan sulit di tembus oleh *new entry*.
- Kekhawatiran otoritas persaingan usaha juga berasal dari struktur biaya dalam penggunaan informasi yang tidak biasanya, melibatkan *high up-front sunk costs* dan *close-to-zero marginal costs*. Hal ini benar dalam penggunaan Big Data, dimana teknologi informasi memerlukan biaya tinggi untuk memelihara dan memproses data (*data centers, servers, data-analytical software, internet connections with advanced firewalls and expensive human resources, computer scientists and programmers*). Sekali sistem ini berjalan maka biaya akan turun dan kondisi ini menggambarkan tercapainya *high economies of scale and scope* sehingga dapat berdampak pada terjadinya konsentrasi pasar dari Big Data pada beberapa perusahaan besar.



Financial Times dalam salah 1 artikelnya mengingatkan bahwa:

- **Otoritas pengawas persaingan usaha** sebaiknya mengalihkan fokus dari defenisi pasar bersangkutan lebih kepada *customer lock-in*.
- Pengoperasian jaringan- melalui Internet - maka aplikasi dan konten akan semakin menjadi fokus penting
- Perkembangan penggunaan *algorithmic* untuk menentukan harga dalam pelayanan digital seperti transportasi online akan mampu melihat perbedaan antara harga yang lebih tinggi yang bersedia dibayar oleh konsumen dibandingkan dengan harga lebih rendah yang harus dibayar.
- Digitalisasi dan penggunaan algorithms umumnya mempersulit regulator untuk mengaturnya.

- **Implikasi Big Data Terhadap Penegakan Hukum Persaingan Usaha**

“Antitrust is actually about consumer choice, and price is only one type of choice. The ultimate purpose of the antitrust laws is to help ensure that the free market will bring to consumers everything they want from competition. This starts with competitive prices, of course, but consumers also want an optimal level of variety, innovation, quality, and other forms of non-price competition. Including privacy protection.”

Tidak ada studi yang langsung teruji mengaitkan implikasi Big Data dengan penegakan hukum persaingan. Tetapi otoritas hukum persaingan semakin menyadari perannya dalam mengawasi perkembangan baru ini, misalnya melihat meningkatnya akumulasi kekuatan pasar lewat terjadinya akuisisi (*accumulation of market power through acquisitions*) yang mengikutkan sertakan akuisisi datanya.

VIII. Tantangan Untuk Otoritas Persaingan Usaha kedepan ada beberapa hal:

- a. Menentukan pasar bersangkutan (*identifying the relevant market for antitrust purposes*) Hal ini disebabkan banyaknya pemain yang memainkan peranan berbeda di setiap level produksi. Sehingga disarankan mengantisipasi struktur yang *multi-sided platform* maka otoritas persaingan usaha dapat saja menerapkan model modifikasi SSNIP (*small but significant and non-transitory increase in price test dan hypothetical monopoly tests*) khusus untuk pasar menggunakan Big Data.
- b. Defenisi pasar dalam platforms multi-sided (*Market definition in multi-sided platforms* Demikian juga halnya untuk mendefenisikan dan menentukan *digital market* dengan *multi-sided features dan cross externalities*. Hal ini dianggap penting dalam menentukan ada atau tidaknya substitusi dalam platform yang berbeda.
- c. Mengukur *market power* (kekuatan pasar) adalah sangat sulit terutama ketika perusahaan tersebut menerapkan nol biaya kepada konsumen sebagai imbalan pertukaran data, sehingga otoritas persaingan dapat keliru mengenai level *market power* dan menyimpulkan bahwa tidak ada masalah persaingan di pasar tsb. Aspek penawaran nol biaya dapat dianggap sebagai strategi maksimalisasi keuntungan. French *Autorité de la Concurrence* dan German *Bundeskartellamt* (2016) mengingatkan bahwa kepemilikan Big Data menjadi sumber *market power*, terutama ketika digunakan sebagai *barrier to entry*.
- d. *Merger Review* Dalam konteks transaksi yang bersifat *cross border*. Penggunaan analisis Big Data analysis dalam menerapkan kebijakan persaingan menarik perhatian publik dan otoritas penegak persaingan usaha, contoh: Google/DoubleClick24 dan merger Facebook/ WhatsApp.

Dengan kata lain: Hal - hal yang perlu di cermati dalam konteks persaingan usaha:

(1) Defenisi pasar bersangkutan (2) asesmen konsentrasi pasar dan kekuatan pasar (*market power*) (3) asesmen potensial kerugian konsumen.

- Stucke and Ezrachi mengingatkan bahwa ketidak samaan akses ke data dapat berakibat pada penurunan kualitas untuk konsumen. Perusahaan dengan kepemilikan Big Data dengan *market power* lebih mempunyai kesempatan untuk mengalahkan pesaingnya. Gebicka Heinemann membangun apa yang disebut “*small but significant non-transitory decrease in the quality (SSNDQ)*” test sebagaimana pada test “*small but significant non-transitory increase in price’ (SSNIP) test*”.
- US FTC dan EU Commission menyimpulkan bahwa tidak ada dasar yang kuat untuk mengalaskan kerahasiaan data pribadi dengan persaingan usaha (“*privacy considerations, as such, do not provide a basis to challenge this transaction*”). Tetapi US FTC’s tetap menganalisis dampak persaingan yang terjadi.
- *Privacy policies could be considered from a competition standpoint whenever these policies are liable to affect competition, notably when they are implemented by a dominant undertaking for which data serves as a main input of its products or services. In those cases, there may be a close link between the dominance of the company, its data collection processes and competition on the relevant markets, which could justify the consideration of privacy policies and regulations in competition proceedings.*
- *The competition agencies stressed that: ... the prospect of higher entry barriers has important consequences for competition only when the level of market concentration is relatively high or if the market characteristics are favourable to tacit collusion. In that case, while both consumers and economic efficiency would benefit from the productivity gains associated with the development of data collection and usage possibilities, they could be also harmed by the increase in entry barriers and the reduced competition associated with these developments.*

Pandangan dari Hukum Persaingan: “*business as usual*” – penggunaan Big Data adalah suatu hal yang biasa saja dan meyakini bahwa tool kit atau perangkat Hukum Persaingan dapat bekerja dengan baik ketika menyelesaikan berbagai aspek persaingan yang menyangkut merger, akuisisi, kolusi, penggunaan posisi dominan, eksploitasi kekuatan pasar dalam data ekonomi dengan beberapa pertimbangan:

1. Konsumen mendapat keuntungan dari harga rendah dan produk/pelayanan yang lebih murah.
2. *Barriers to entry* atau hambatan dalam pasar data digital rendah
3. Data tersedia dimana saja
4. Data bukanlah segala-galanya

All these arguments taken together do sound comforting and basically tell us that we should not worry and that data-driven markets, despite some specificities, such as multiple sides and strong network effects that need to be duly accounted for by competition authorities, are otherwise not something extraordinary. They are “business as usual”.

Big Data juga menyentuh pertanyaan yang fundamental mengenai undang-undang perlindungan data pribadi yang selalu didasarkan pada unsur transparansi dan persetujuan pengguna data pribadi.

IX. Satu Bahasan

- Edwina Aileen Wirasasmita, “Indikasi *Predatory Pricing Online Marketplace* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha”, *Tesis Universitas Airlangga*, 2018. Bagaimana hukum persaingan menghadapi *Big Data* dan analisis *big data*? Bilamana data dipahami sebagai faktor pembentuk pangsa pasar, maka perilaku *predatory pricing* perusahaan *platform marketplace* tidaklah terkait kepemilikan pangsa pasar. Apabila perilaku *predatory pricing* perusahaan *platform marketplace* dikaitkan kepemilikan data yang dicerminkan melalui pangsa pasar, maka itu tidak terjangkau Pasal 1 angka 13 UU No. 5 Tahun 1999.
- *Predatory pricing? Or burning money? – objektifnya apa?*
- *Pasal 20 UU No.5/1999: Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.*
- *Strategic behaviour yang hanya mampu dilakukan oleh perusahaan posisi dominan*
- *Bukan diskon, atau cuci gudang.*
- *Ada “recoupment theory” – lihat tulisan Steven Sallop dalam hal terjadinya menjual rugi.*
- *Pembuktian predatory pricing adalah pembuktian yang sulit dan rumit, fokus pada harga. Bukan diskon atau clearance. Perlu di pastikan pasar bersangkutan terlebih dahulu dan kemudian bukti mengenai apa yang dimaksud dengan harga yang sangat rendah (dibawah harga pasar)?.*



X. Kesimpulan:

- a. Big Data dipastikan memberikan dampak bagi kehidupan manusia, termasuk aspek persaingan usaha. Pengawasannya berjalan atau tidak, sangat bergantung kepada bagaimana otoritas persaingan usaha merespon tantangan tersebut.
- b. Walaupun masih belum ada kesepakatan konkrit diantara lembaga pengawas persaingan usaha mengenai pasar bersangkutan, *barrier* dan lainnya, tetapi penegakan hukum persaingan dapat masuk lewat *point of entry* peristiwa lain, seperti merger dll.
- c. Kita dapat melihat persaingan dan mekanisme pasar yang dinamis, dimana efisiensi dan inovasi yang berkelanjutan atau peningkatan konsentrasi pasar dapat mengakibatkan terjadinya eksploitasi posisi dominan dan stagnasi dalam pasar persaingan



XI. Rekomendasi

“Competition policy can play a key role in ensuring that citizens get the benefits of a data-driven economy, and in minimizing its risks”. But competition law may need to adjust its toolkit for this purpose and make it more suitable to the characteristics of the Internet and to the reality of massive data collection, analysis, use and re-use. Dengan kata lain, lembaga pengawas persaingan usaha perlu sesegera mungkin bersiap untuk merepond jenis pasar bersangkutan baru dan memastikan perilaku yang mana yang bertentangan dengan Hukum Persaingan sesuai dengan perkembangan dan persaingan dunia digital ekonomi.

XII. Daftar Pustaka:

1. Bruno Lasserre dan Andreas Mundt, 2017, "Competition Law and Big Data: The Enforcers' View", *Italian Antitrust Review*, Vol. 4 (1), 2017.
2. "Understanding the Implications of Big Data and Big Data Analytics for Competition Law" Klaus Mathis dan Avishalom Tor (Eds.), 2018, *New Developments in Competition Law and Economics*, Springer International Publishing, New York
3. Rekomendasi Penelitian Big Data, Kecerdasan Buatan, Blockchain, dan Teknologi Finansial di Indonesia Usulan Desain, Prinsip, dan Rekomendasi Kebijakan Disusun untuk: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika oleh *Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG)* 2018
4. OECD 2016 Big Data: Bringing Competition Policy To The Digital Era 29-30 November 2016
5. Dr. rer. nat. I Made Wiryana, SSi, SKom, MAppSc, *Artificial Inteligence* pada Forensik, makalah Universitas Gunadarma, 2019.
6. Australia Indonesia Partnership for Economic Governance, The Digital Economy in Indonesia, Report, 27 December 2017.
7. Big Data: Emerging Concerns under Competition Law, [Anshuman Sakle](#) & [Anisha Chand](#) on May 10, 2018 *This piece was first published in the February 2018 issue of the Practical Lawyer (2018) PL (Comp. L) Feb 75*
8. Big Data Monitoring And Evaluation, *A theoretical framework, tools, and lessons learned from practice*, December 2015 (Draft v2.0), Sally Jackson. Consultant in Monitoring and Evaluation at Pulse Lab, Jakarta, United Nations Global Pulse



*“Information becomes knowledge only when it is placed in context.
Without it, we have no way to differentiate the signal from the noise,
and our search for truth might be swamped by false positives”*

Nate Silver

Email: ningrum.sirait@gmail.com

Mobile: + 62 81 161 2296

