

## GOOGLE VS EUROPEAN COMMISSION: ANALISIS PENGATURAN PERUSAHAAN MULTINASIONAL DIGITAL DALAM PERSPEKTIF HUKUM ORGANISASI PERUSAHAAN INTERNASIONAL

Muhamad Charis Marzuqi<sup>1</sup>, Abelmart Sihombing<sup>2</sup>, Amalina Hasyiyati<sup>3</sup>, Rio Priambodo<sup>4</sup>, Diani Sadiawati<sup>5</sup>

[charismarzuki.office@gmail.com](mailto:charismarzuki.office@gmail.com)<sup>1</sup>, [sihombingabelmart@gmail.com](mailto:sihombingabelmart@gmail.com)<sup>2</sup>, [amalinasya2@gmail.com](mailto:amalinasya2@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[riorevenge@gmail.com](mailto:riorevenge@gmail.com)<sup>4</sup>, [dianisadiawati@upnvj.ac.id](mailto:dianisadiawati@upnvj.ac.id)<sup>5</sup>

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

### ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital mendorong munculnya perusahaan multinasional berbasis teknologi yang memiliki pengaruh besar terhadap pasar global. Salah satu perusahaan yang menjadi sorotan publik adalah Google, yang beberapa kali menjadi objek investigasi dan sanksi oleh European Commission atas dugaan penyalahgunaan posisi dominan di pasar digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kedudukan Google sebagai perusahaan multinasional digital dalam perspektif Hukum Organisasi Perusahaan Internasional serta mengkaji bentuk pengaturan yang dilakukan oleh European Commission terhadap aktivitas bisnis Google di Uni Eropa. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Google sebagai perusahaan multinasional digital memiliki kekuatan ekonomi yang melampaui batas yurisdiksi negara tertentu sehingga memerlukan pengaturan hukum yang efektif pada tingkat internasional. Tindakan European Commission melalui kebijakan antitrust dan regulasi digital menunjukkan upaya untuk menjaga persaingan usaha yang sehat serta mencegah penyalahgunaan kekuatan pasar oleh perusahaan teknologi global. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perkembangan perusahaan multinasional digital menuntut adanya harmonisasi regulasi internasional guna menciptakan keseimbangan antara inovasi, kepentingan bisnis, dan perlindungan pasar yang kompetitif.

**Kata Kunci:** Google, Perusahaan Multinasional Digital, European Commission, Hukum Organisasi Perusahaan Internasional, Persaingan Usaha.

### PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan perusahaan multinasional berbasis teknologi yang memiliki pengaruh besar terhadap pasar global. Sebagai salah satu perusahaan teknologi terbesar, Google beberapa kali menjadi objek investigasi oleh European Commission atas dugaan penyalahgunaan posisi dominan di pasar digital. Kasus ini menyoroti bagaimana perusahaan multinasional digital beroperasi melampaui batas yurisdiksi negara, sehingga menimbulkan tantangan dalam pengaturan hukum internasional.

Dalam perspektif Hukum Organisasi Perusahaan Internasional, perusahaan multinasional digital seperti Google tidak hanya berperan sebagai entitas bisnis, tetapi juga sebagai aktor global yang memengaruhi kebijakan ekonomi dan hukum internasional. European Commission melalui kebijakan antitrust berupaya menjaga persaingan usaha yang sehat serta mencegah praktik monopoli yang merugikan konsumen dan pelaku usaha lain.

Selain itu, fenomena ini menunjukkan adanya ketegangan antara prinsip kedaulatan negara dengan realitas globalisasi ekonomi digital. Perusahaan multinasional digital memiliki kemampuan untuk mengendalikan data, algoritma, dan infrastruktur teknologi yang digunakan oleh jutaan pengguna di berbagai negara. Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai bagaimana hukum internasional dapat mengatur entitas yang kekuatannya melampaui batas yurisdiksi nasional.

Kasus Google vs European Commission menjadi salah satu contoh penting dalam studi hukum internasional karena memperlihatkan bagaimana lembaga supranasional seperti Uni

Eropa berusaha menegakkan aturan persaingan usaha terhadap perusahaan global. Putusan dan kebijakan yang diambil tidak hanya berdampak pada pasar Eropa, tetapi juga memberikan preseden bagi negara lain dalam mengatur perusahaan teknologi raksasa. Dengan demikian, penelitian ini relevan untuk memahami dinamika pengaturan perusahaan multinasional digital serta implikasinya terhadap perkembangan hukum internasional di masa depan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif (normative legal research) yang berfokus pada kajian norma hukum, prinsip hukum, dan doktrin hukum yang berkaitan dengan perusahaan multinasional digital. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menelaah aspek normatif dari pengaturan hukum terhadap perusahaan teknologi global, bukan sekadar praktik empiris. Sumber utama penelitian berupa bahan hukum sekunder seperti literatur akademik, buku, jurnal, serta putusan pengadilan yang relevan.

Dalam penerapannya, penelitian ini menggabungkan pendekatan perundang-undangan dengan menelaah regulasi Uni Eropa, khususnya Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU) Pasal 102 tentang larangan penyalahgunaan posisi dominan, pendekatan konseptual untuk memahami kedudukan perusahaan multinasional digital dalam sistem hukum internasional, serta pendekatan kasus dengan menganalisis putusan Google LLC v. European Commission. Dengan kombinasi pendekatan tersebut, penelitian diharapkan mampu memberikan analisis mendalam mengenai kedudukan Google, bentuk pengaturan oleh European Commission, serta implikasi kasus tersebut terhadap perkembangan Hukum Organisasi Perusahaan Internasional. Bahan hukum dianalisis secara kualitatif melalui interpretasi hukum dan analisis deskriptif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Kedudukan Google sebagai Perusahaan Multinasional Digital**

#### **1. Konsep Perusahaan Multinasional dalam Subjek Hukum Internasional**

Perusahaan multinasional atau dalam bahasa Inggris dinamakan dengan Multinational Corporations atau biasa disingkat dengan MNCs. Perusahaan multinasional menurut para ahli adalah sebuah perusahaan yang mempunyai aktivitas ekonomi di negara-negara melalui anak perusahaan dan cabangnya di seluruh dunia, terlebih lagi di negara-negara berkembang. Yang mana pusat perusahaannya berada pada negara-negara maju. Dengan demikian maka perusahaan multinasional dibebankan tanggung jawab hukum internasional karena memang jangkauannya adalah antar negara.

Perusahaan multinasional sebagai suatu perusahaan yang memiliki, mengawasi dan mengatur aktivitas usahanya di lebih dari satu negara dilakukan dan dibiayai dengan penanaman modal asing langsung (Foreign Direct Investment). Dengan karakter yang melintasi batas negara antara induk perusahaan dan anak perusahaan akan menjadi pembeda dengan perusahaan domestik multi lokasi yang pengoperasian kegiatan usahanya berada di satu negara.

Dalam aktivitas penanaman modal asing, perusahaan multinasional harus tunduk kepada Trade Related Investment Measures yang merupakan kerangka aturan Organisasi Perdagangan Dunia (World Trade Organization). Hasil dari perjanjian ini merupakan penegasan kembali prinsip-prinsip perdagangan internasional, yaitu prinsip National Treatment (Pasal III TRIMs), larangan penggunaan restriksi kuantitatif atau penggunaan kuota (Pasal XI TRIMs) dan tetap diberlakukannya ketentuan Most Favoured Nations dalam aturan General Agreement on Tariffs and Trade (Pasal III GATT). Teks perjanjian Trade Related Investment Measures memuat upaya-upaya penanaman modal yang dilarang, jangka waktu untuk negara-negara anggota untuk menghapus praktek-praktek yang dilarang dan mengakomodasi kepentingan negara berkembang dalam hal diperbolehkannya untuk tidak menerapkan ketentuan perjanjian tersebut sementara waktu.

Karakteristik perusahaan multinasional yang melintasi batas-batas negara dengan kekuatan ekonomi perusahaan multinasional menunjukkan peran induk perusahaan sebagai pembuat keputusan sentral dalam pengendalian anak-anak perusahaannya di negara tuan rumah sesuai dengan teori Associated-Dependent Development yang dikemukakan Fernando Henrique Cardoso. Dalam teori ini, “pemilikan” industri nampaknya tidak penting, apakah dimiliki pihak asing, berbentuk perusahaan patungan atau perusahaan domestik yang bergabung dengan perusahaan-perusahaan asing, tetapi penekanan justru pada siapa yang mengambil keputusan.

Dengan dibenarkan tanggung jawab dan diberikan hak kepada perusahaan multinasional, maka dapat diartikan bahwa perusahaan multinasional adalah salah satu subjek hukum internasional. Dengan perkembangan zaman, maka subjek hukum internasional juga ikut berkembang. Oleh karena itu subjek hukum yang semula hanya sebatas hubungan antar negara-negara, maka pada saat ini bertambah subjek hukum internasional non negara seperti individu, organisasi internasional, serta organisasi non pemerintah. Meskipun demikian keberadaan perusahaan multinasional atau MNCs belum mendapatkan pengakuan sebagai subjek hukum dalam hukum internasional. Hal ini disebabkan oleh negara-negara di dunia terlebih negara berkembang yang dapat membebaskan tanggung jawab kepada perusahaan multinasional atas kerugian akibat aktivitas ekonomi di negara mereka. Tetapi di sisi lain sebelum membebaskan tanggung jawab tersebut, maka keberadaan perusahaan multinasional harus diakui oleh negara-negara tersebut dalam International legal personality hukum internasional. Sehingga posisi dari perusahaan multinasional atau MNCs setara dengan subjek hukum lainnya seperti negara yang akan membuat perusahaan multinasional atau MNCs memiliki kekuatan hukum dan klaim melawan negara-negara berdasar kepada hukum internasional.

## **2. Struktur Organisasi dan Operasi Global Google**

Alphabet Inc. sebagai perusahaan multinasional berskala global dapat dikategorikan sebagai Leviathan Multinational Company karena memiliki kapasitas yang besar dalam memengaruhi dinamika kebijakan internasional. Dalam konteks tersebut, perusahaan multinasional tidak hanya berperan sebagai aktor ekonomi, tetapi juga sebagai aktor politik yang terlibat dalam proses pembentukan kebijakan global. Alphabet diketahui melakukan aktivitas lobi politik di Amerika Serikat dan Uni Eropa untuk memengaruhi regulasi terkait internet dan tata kelola data. Selain itu, Google juga pernah dikaitkan dengan isu spionase dan penyadapan yang dilakukan oleh pemerintah Amerika Serikat. Dakwaan yang diajukan oleh Komisi Uni Eropa terhadap praktik bisnis Google turut memunculkan ketegangan politik antara Amerika Serikat dan Uni Eropa, yang menunjukkan bahwa aktivitas korporasi digital dapat berdampak pada hubungan antar negara (Putri, 2016).

Pengaruh Alphabet juga dapat diamati melalui ekspansi bisnisnya di negara-negara berkembang. Salah satu contohnya adalah penyediaan akses internet oleh Google di kawasan Afrika yang diiringi dengan tetap dipertahankannya kendali perusahaan terhadap infrastruktur digital yang digunakan. Selain itu, penggunaan layanan Google Cloud oleh berbagai pemerintah dan institusi besar di berbagai negara semakin memperkuat posisi Alphabet dalam tata kelola data global. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi bisnis Alphabet tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan pasar, tetapi juga dipengaruhi oleh relasi kekuasaan dan proses negosiasi politik lintas negara sebagaimana dijelaskan dalam pendekatan sistemik.

Di sisi lain, dominasi Alphabet juga menimbulkan berbagai implikasi sosial. Google menguasai lebih dari 90% pangsa pasar mesin pencari internet secara global, sehingga masyarakat dan pelaku usaha memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap layanan tersebut. Perubahan algoritma pencarian yang dilakukan Google berpotensi memengaruhi visibilitas informasi serta keberlangsungan bisnis digital yang bergantung pada mesin pencari

tersebut (Radio Republik Indonesia, 2024). Dominasi ini juga berkaitan dengan praktik pengumpulan data pengguna dalam jumlah besar, seperti data lokasi, riwayat pencarian, dan preferensi iklan. Praktik tersebut menuai kritik dari berbagai negara karena dinilai belum disertai tingkat transparansi yang memadai dalam pengelolaan data pengguna, sehingga memunculkan kekhawatiran terkait perlindungan privasi (National Geographic Indonesia, 2014). Dalam perspektif pendekatan sistemik, kebijakan algoritmik Google dapat dipahami sebagai bentuk kontrol atas distribusi informasi yang tidak terlepas dari relasi kekuasaan dalam tata kelola digital global. Dengan demikian, posisi Alphabet sebagai perusahaan multinasional tidak hanya merepresentasikan kekuatan ekonomi, tetapi juga menunjukkan kemampuannya dalam membentuk struktur, norma, dan praktik dalam sistem digital internasional.

Adapun atas segmentasi pendapat google tersebut dikelompokkan menjadi tiga akun sumber pendapatan yaitu akun pendapatan dari Google Advertising, Google Cloud dan Google Others. Pendapatan iklan menjadi pendapatan utama dari segmen pendapatan Alphabet dari Google. Secara lebih terperinci, cakupan transaksi untuk masing-masing akun pendapatan antara lain :

a) Google Advertising (Pendapatan Iklan).

Pendapatan dari sektor periklanan merupakan sumber utama penerimaan Google dan memberikan kontribusi terbesar terhadap total pendapatan perusahaan. Secara umum, layanan periklanan Google terbagi ke dalam dua kategori, yaitu performance advertising dan brand advertising. Penayangan iklan tersebut dilakukan melalui dua saluran utama, yakni platform yang sepenuhnya dimiliki dan dioperasikan oleh Google (Google Properties) serta platform milik mitra yang tergabung dalam jaringan periklanan Google (Google Network Members' Properties). Melalui skema tersebut, Google mampu memperluas jangkauan distribusi iklan sekaligus memperkuat posisinya dalam ekosistem periklanan digital global.

b) Google Cloud

Google Cloud merupakan platform milik Google yang menyediakan berbagai layanan komputasi berbasis awan, meliputi komputasi awan (cloud computing), penyimpanan dan analisis data, pengelolaan big data, pengembangan aplikasi dan jaringan, serta layanan basis data. Pendapatan dari segmen Google Cloud diperoleh melalui pembayaran atas penggunaan layanan yang ditawarkan, baik dalam bentuk pembelian satu kali maupun skema berlangganan. Diversifikasi layanan tersebut menunjukkan upaya Google dalam memperluas sumber pendapatannya di luar sektor periklanan, sekaligus memperkuat posisinya sebagai penyedia infrastruktur digital yang mendukung transformasi digital berbagai organisasi di tingkat global.

c) Google Others

Google Cloud merupakan platform milik Google yang menyediakan berbagai layanan komputasi berbasis awan, meliputi komputasi awan (cloud computing), penyimpanan dan analisis data, pengelolaan big data, pengembangan aplikasi dan jaringan, serta layanan basis data. Pendapatan dari segmen Google Cloud diperoleh melalui pembayaran atas penggunaan layanan yang ditawarkan, baik dalam bentuk pembelian satu kali maupun skema berlangganan. Diversifikasi layanan tersebut menunjukkan upaya Google dalam memperluas sumber pendapatannya di luar sektor periklanan, sekaligus memperkuat posisinya sebagai penyedia infrastruktur digital yang mendukung transformasi digital berbagai organisasi di tingkat global.

### **3. Pengaruh Google dalam Ekonomi Digital Global**

Google dan Meta merupakan dua perusahaan teknologi yang berhasil menjadikan data

pengguna sebagai komoditas utama dalam model bisnis digital mereka. Dalam ekosistem digital kontemporer, hampir setiap aktivitas pengguna melalui media daring dan media sosial, seperti pencarian informasi melalui Google, konsumsi konten di YouTube, maupun interaksi pada Instagram dan Facebook, menghasilkan jejak data yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Data tersebut tidak hanya dimanfaatkan untuk memahami pola perilaku serta preferensi pengguna, tetapi juga diolah melalui algoritma yang kompleks untuk menghasilkan sistem periklanan yang bersifat sangat terarah (*targeted advertising*). Kondisi tersebut memungkinkan Google dan Meta menguasai sebagian besar rantai distribusi periklanan digital serta memperkuat posisi mereka dalam menentukan mekanisme pasar. Algoritma yang digunakan tidak hanya berfungsi untuk menampilkan iklan yang sesuai dengan minat pengguna, tetapi juga berpotensi memengaruhi preferensi dan perilaku konsumsi masyarakat. Dengan demikian, setiap data yang dihasilkan dari aktivitas pengguna, seperti klik, pencarian, maupun interaksi di media sosial, mengalami proses komodifikasi dan ditransformasikan menjadi sumber keuntungan ekonomi yang signifikan. Oleh karena itu, dominasi Google dan Meta tidak hanya menciptakan ketergantungan di kalangan pengiklan, tetapi juga menunjukkan bahwa penguasaan atas data pengguna merupakan elemen strategis dalam mempertahankan kekuatan dan keunggulan kompetitif perusahaan di pasar digital global.

Dalam perspektif pendekatan sistemik Whittington, fenomena tersebut menunjukkan bahwa strategi perusahaan tidak semata-mata ditentukan oleh rasionalitas ekonomi internal, melainkan juga dibentuk oleh struktur sosial, politik, dan institusional yang melingkupi pasar digital. Data pengguna menjadi sumber daya strategis yang tidak hanya menghasilkan akumulasi keuntungan, tetapi juga mereproduksi relasi kekuasaan dalam tata kelola ekonomi digital global. Penguasaan atas data dan algoritma pada akhirnya menempatkan Google dan Meta sebagai aktor korporasi yang memiliki kapasitas besar dalam membentuk pola interaksi, distribusi informasi, serta dinamika persaingan dalam sistem digital internasional.

Kapitalisme pengawasan telah menjadi konsep penting dalam menjelaskan bagaimana perusahaan besar seperti Google dan Meta memanfaatkan data pribadi pengguna untuk menguasai pasar digital. Kedua perusahaan ini telah mengembangkan model bisnis yang sangat bergantung pada pengumpulan data pribadi yang dihasilkan oleh interaksi pengguna di platform mereka. Setiap klik, pencarian, tontonan, dan aktivitas lainnya menjadi sumber data yang kemudian diproses oleh algoritma untuk membuat iklan yang sangat dipersonalisasi, sesuai dengan preferensi yang telah diprediksi. Dengan menggunakan teknik analitik canggih, Google dan Meta mampu menargetkan iklan secara lebih efektif, menghasilkan keuntungan besar, dan semakin memperkuat posisi dominan mereka di pasar periklanan digital. Dampak kapitalisme pengawasan ini jauh lebih luas daripada sekadar keuntungan ekonomi yang diperoleh oleh Google dan Meta. Praktik ini mengubah cara konsumen berinteraksi dengan informasi dan membuat keputusan, sering kali tanpa menyadari bahwa mereka sedang dipengaruhi oleh algoritma yang menyarankan produk, layanan, atau bahkan pandangan politik berdasarkan data yang terkumpul.

## **B. Analisis Kasus Google vs European Commission**

### **1. Kronologi Kasus**

Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan dominasi pasar oleh perusahaan teknologi global yang memiliki kemampuan mengendalikan arus informasi, data, dan perdagangan digital. Salah satu perusahaan yang menjadi perhatian otoritas persaingan usaha dunia adalah Google LLC. Di wilayah Uni Eropa, European Commission (Komisi Eropa) melakukan serangkaian investigasi terhadap praktik bisnis Google yang diduga melanggar hukum persaingan usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 102 Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU). Pasal tersebut melarang penyalahgunaan posisi dominan yang dapat menghambat persaingan usaha dalam pasar internal Uni Eropa.

Investigasi terhadap Google dimulai sejak tahun 2010 setelah sejumlah perusahaan pesaing mengajukan pengaduan terkait dugaan praktik anti-persaingan yang dilakukan Google dalam layanan mesin pencari dan periklanan digital. Setelah melakukan penyelidikan selama beberapa tahun, European Commission mengeluarkan beberapa keputusan penting yang menjatuhkan sanksi miliaran euro kepada Google.

Terdapat tiga perkara utama yang menjadi dasar tindakan European Commission terhadap Google, yaitu Google Shopping Case (2017), Android Case (2018), dan AdSense Case (2019). Ketiga perkara tersebut menunjukkan pola yang sama, yakni penggunaan kekuatan pasar (market power) oleh Google untuk memperkuat dominasinya dan menghambat kompetitor memasuki pasar digital.

Keputusan-keputusan tersebut menjadi salah satu tonggak penting dalam perkembangan hukum persaingan usaha global karena menunjukkan bahwa perusahaan multinasional digital tidak kebal terhadap pengawasan regulator meskipun beroperasi lintas negara.

## **2. Google Shopping Case**

Kasus Google Shopping merupakan perkara pertama yang menghasilkan sanksi besar terhadap Google. Pada tanggal 27 Juni 2017, European Commission memutuskan bahwa Google telah menyalahgunakan posisi dominannya dalam layanan pencarian internet dengan memberikan perlakuan istimewa (self-preferencing) terhadap layanan perbandingan harga miliknya sendiri, yaitu Google Shopping.

Praktik self-preferencing dilakukan dengan cara menempatkan hasil pencarian Google Shopping pada posisi teratas halaman pencarian, sementara layanan perbandingan harga milik pesaing ditempatkan pada posisi yang kurang terlihat atau bahkan diturunkan dalam hasil pencarian. Akibatnya, pengguna internet lebih cenderung mengakses layanan Google Shopping dibandingkan layanan pesaing.

European Commission menilai tindakan tersebut tidak didasarkan pada kualitas layanan, melainkan karena Google memanfaatkan dominasi mesin pencariannya untuk memperoleh keuntungan di pasar lain. Dengan pangsa pasar mesin pencari yang melebihi 90% di sebagian besar negara Uni Eropa, Google dianggap memiliki posisi dominan yang memungkinkan perusahaan mempengaruhi struktur pasar secara signifikan.

Atas pelanggaran tersebut, European Commission menjatuhkan denda sebesar €2,4 miliar (sekitar US\$2,7 miliar) kepada Google karena menyalahgunakan dominasinya, denda antimonopoli terbesar yang pernah dikeluarkan oleh Komisi Eropa. Google membantah tuduhan Uni Eropa terhadap mereka dan membuat pernyataan yang mengklaim bahwa "layanan mereka telah membantu pertumbuhan ekonomi digital kawasan ini". Denda tersebut hanya mewakili sedikit lebih dari 2,5% dari pendapatan Google tahun 2016. Oleh karena itu, Google menantang keputusan tersebut di hadapan Pengadilan Umum Uni Eropa. Namun demikian, Google tidak meminta penangguhan keputusan tersebut dan mematuhi persyaratan 'perlakuan setara' dengan memisahkan layanan perbandingan belanja ke dalam perusahaannya sendiri. Layanan Google Shopping masih merupakan bagian dari Google, tetapi dijalankan sepenuhnya secara terpisah dengan pendapatan dan keuntungannya sendiri.

Kasus ini menunjukkan bahwa dominasi pasar digital dapat menciptakan hambatan masuk (barrier to entry) yang sangat besar bagi pelaku usaha lain sehingga diperlukan pengawasan ketat oleh regulator.

## **3. Android Case**

Kasus Android merupakan perkara terbesar yang pernah diputus oleh European Commission terhadap Google. Pada tanggal 18 Juli 2018, European Commission menjatuhkan denda sebesar €4,34 miliar karena Google dianggap menyalahgunakan posisi dominannya melalui sistem operasi Android.

Android merupakan sistem operasi perangkat bergerak yang digunakan oleh sebagian

besar produsen telepon pintar di dunia. Meskipun Android tersedia secara gratis, European Commission menemukan bahwa Google menerapkan berbagai persyaratan kontraktual yang membatasi kebebasan produsen perangkat dan operator telekomunikasi.

Beberapa praktik yang dianggap melanggar hukum persaingan usaha antara lain:

- 1) Mewajibkan produsen perangkat untuk memasang aplikasi Google Search dan Google Chrome sebagai syarat memperoleh lisensi Google Play Store.
- 2) Memberikan insentif finansial kepada produsen perangkat dan operator jaringan agar hanya menggunakan Google Search.
- 3) Menghalangi penggunaan versi Android alternatif (Android Forks) yang berpotensi menjadi pesaing ekosistem Google.

Menurut European Commission, tindakan tersebut bertujuan mempertahankan dominasi Google dalam layanan pencarian internet melalui kontrol terhadap sistem operasi Android. Akibatnya, inovasi dan persaingan di pasar perangkat lunak menjadi terhambat.

Dari perspektif hukum organisasi perusahaan internasional, kasus Android memperlihatkan bagaimana perusahaan multinasional digital dapat menggunakan struktur bisnis yang kompleks untuk memperluas dominasi pasar ke berbagai sektor yang saling terhubung. Dominasi tidak lagi terbatas pada satu produk, melainkan mencakup keseluruhan ekosistem digital.

#### **4. AdSense Case**

Kasus ketiga yang diputus oleh European Commission adalah AdSense Case pada tahun 2019. Dalam perkara ini, Google dikenakan denda sebesar €1,49 miliar karena dianggap menyalahgunakan posisi dominannya dalam pasar periklanan pencarian online (online search advertising).

Pada tanggal 13 Maret 2013, Komisi mengadopsi penilaian awal yang ditujukan kepada Google berdasarkan Pasal 9 Peraturan (EC) No 1/2003 yang mencantumkan potensi masalah antimonopoli terkait Google AdSense. Google menawarkan tiga rangkaian komitmen untuk mengatasi kekhawatiran persaingan. Komisi akhirnya mengeluarkan Pernyataan Keberatan pada tanggal 14 Juli 2016. Keberatan ini berpusat pada bagaimana Google melisensikan AdSense kepada mitra langsung mereka:

- 1) Google mewajibkan mitra langsung untuk secara eksklusif menggunakan AdSense milik Google dan tidak boleh bekerja sama dengan pesaing Google;
- 2) Google mensyaratkan agar mitra memasang sejumlah minimum iklan Google dan sebagian besar menempatkannya di atas iklan lainnya, serta tidak boleh menempatkan iklan dari layanan lain di atas atau di samping iklan Google;
- 3) Google mewajibkan para mitra untuk mendapatkan konfirmasi dari Google sebelum melakukan perubahan apa pun terkait cara mereka menampilkan iklan pesaing Google.

European Commission menilai praktik tersebut bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat karena memperkuat dominasi Google secara tidak wajar. Dalam putusannya, Komisi Eropa menyatakan bahwa perusahaan dengan posisi dominan memiliki tanggung jawab khusus untuk tidak merusak struktur persaingan pasar.

Kasus AdSense memperlihatkan bahwa penguasaan data dan jaringan pengguna dapat menjadi sumber kekuatan ekonomi yang sangat besar dalam ekonomi digital. Semakin banyak data yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar pula kemampuannya untuk mempertahankan posisi dominan dan menyingkirkan pesaing.

### **C. Analisis Hukum Organisasi Perusahaan Internasional**

#### **1. Kewenangan European Commission terhadap Perusahaan Multinasional Digital dalam Perspektif Hukum Internasional**

Perkembangan perusahaan multinasional digital telah mengubah konsep hubungan antara perusahaan, negara, dan hukum internasional. Pada awalnya, perusahaan multinasional

dipahami sebagai entitas ekonomi yang melakukan kegiatan usaha melalui investasi langsung di berbagai negara dengan struktur organisasi yang relatif jelas antara perusahaan induk dan anak perusahaan. Namun, perkembangan ekonomi digital menyebabkan perusahaan dapat menjalankan aktivitas ekonomi global tanpa harus memiliki kehadiran fisik yang besar di setiap negara.

Google sebagai perusahaan teknologi global menunjukkan karakteristik baru perusahaan multinasional digital karena aktivitas ekonominya bergantung pada teknologi, algoritma, data pengguna, serta jaringan pengguna yang tersebar secara internasional. Dalam konteks ini, kekuatan perusahaan tidak lagi hanya diukur berdasarkan aset fisik, tetapi juga berdasarkan kemampuan mengendalikan infrastruktur digital.

European Commission melalui tindakan terhadap Google menerapkan prinsip bahwa perusahaan asing tetap dapat tunduk terhadap aturan persaingan Uni Eropa apabila aktivitasnya memberikan dampak terhadap pasar Eropa. Dasar hukum utama yang digunakan adalah Pasal 102 Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU), yang melarang penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mempengaruhi perdagangan antarnegara anggota Uni Eropa.

Pendekatan tersebut sejalan dengan prinsip effects doctrine, yaitu suatu negara atau organisasi internasional dapat menerapkan hukumnya terhadap tindakan perusahaan asing sepanjang tindakan tersebut menimbulkan efek nyata terhadap wilayah hukumnya. Prinsip ini berkembang dalam hukum ekonomi internasional karena aktivitas bisnis modern sering kali melampaui batas teritorial negara.

Dengan demikian, kasus Google menunjukkan adanya perubahan paradigma dalam hukum organisasi perusahaan internasional. Perusahaan multinasional tidak lagi hanya dipandang sebagai subjek hukum yang tunduk pada negara asalnya, tetapi juga sebagai aktor ekonomi global yang harus mempertanggungjawabkan dampak aktivitasnya di negara tempat pasar dan konsumennya berada.

## **2. Tantangan Regulasi terhadap Perusahaan Multinasional Digital Global**

Pengaturan terhadap perusahaan digital global menghadapi tantangan besar karena model bisnis digital berbeda dengan perusahaan konvensional. Perusahaan digital memperoleh kekuatan pasar bukan hanya melalui kepemilikan aset, tetapi melalui penguasaan data, teknologi, algoritma, dan efek jaringan (network effects).

Dalam kasus Google, dominasi pasar tidak hanya berasal dari layanan mesin pencari, tetapi juga dari kemampuan mengintegrasikan berbagai layanan digital seperti periklanan, sistem operasi, dan platform lainnya. Kondisi ini menciptakan ketergantungan pengguna dan pelaku usaha terhadap ekosistem yang dibangun Google.

Menurut Shoshana Zuboff, ekonomi digital modern berkembang melalui konsep surveillance capitalism, yaitu model ekonomi yang menjadikan data pengguna sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi.

Data kemudian menjadi aset strategis yang memberikan keunggulan kompetitif kepada perusahaan teknologi besar. Dalam perspektif hukum persaingan usaha, kondisi tersebut menimbulkan tantangan karena ukuran dominasi perusahaan digital tidak selalu dapat menggunakan indikator tradisional seperti harga dan pangsa pasar. Banyak layanan digital diberikan secara gratis kepada pengguna, tetapi perusahaan memperoleh keuntungan melalui monetisasi data dan iklan.

Oleh karena itu, hukum perlu menyesuaikan pendekatannya. Regulasi terhadap perusahaan digital tidak cukup hanya mengatur perilaku pasar, tetapi juga perlu memperhatikan struktur kekuasaan teknologi yang dimiliki perusahaan tersebut.

## **3. Perubahan Paradigma Pengaturan Perusahaan Multinasional Digital**

Kasus Google vs European Commission menunjukkan adanya pergeseran paradigma

dalam hukum organisasi perusahaan internasional, yaitu dari pendekatan yang berorientasi pada kebebasan perusahaan menuju pendekatan yang menekankan akuntabilitas perusahaan.

Dalam paradigma lama, perusahaan multinasional sering dilihat sebagai instrumen investasi dan pertumbuhan ekonomi. Negara berlomba menarik investasi asing dengan memberikan kemudahan kepada perusahaan global.

Namun, perkembangan perusahaan digital memperlihatkan bahwa perusahaan besar juga dapat memiliki kekuatan yang mempengaruhi struktur pasar dan kepentingan publik. Peter Muchlinski menjelaskan bahwa perusahaan multinasional memiliki posisi yang unik karena berada di antara kepentingan ekonomi privat dan kepentingan publik negara. Oleh sebab itu, diperlukan keseimbangan antara kebebasan perusahaan dan kewajiban sosial perusahaan.

Pendekatan European Commission terhadap Google menunjukkan bahwa perusahaan digital harus menjalankan prinsip corporate accountability, yaitu kewajiban perusahaan untuk memastikan aktivitas bisnisnya tidak merusak persaingan, konsumen, maupun pasar.

Dengan demikian, hukum organisasi perusahaan internasional saat ini berkembang tidak hanya mengatur bagaimana perusahaan dibentuk dan menjalankan bisnis, tetapi juga bagaimana perusahaan mempertanggungjawabkan kekuatan ekonominya.

#### **4. Kebutuhan Harmonisasi Regulasi Internasional terhadap Perusahaan Digital**

Karakter perusahaan digital yang bersifat lintas batas menyebabkan regulasi nasional sering kali tidak efektif. Satu tindakan perusahaan dapat berdampak pada banyak negara secara bersamaan, sementara setiap negara memiliki aturan yang berbeda.

Kondisi tersebut menciptakan kebutuhan harmonisasi hukum internasional mengenai pengaturan perusahaan digital. OECD melalui Guidelines for Multinational Enterprises menekankan bahwa perusahaan multinasional harus menjalankan prinsip perilaku bisnis yang bertanggung jawab dalam seluruh kegiatan operasionalnya.

Selain itu, Uni Eropa memperkuat pendekatan regulasi melalui Digital Markets Act (DMA) yang secara khusus mengatur perusahaan digital besar (gatekeepers) untuk mencegah praktik bisnis yang dapat menghambat kompetisi.

Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa pengaturan perusahaan digital tidak lagi hanya menggunakan hukum persaingan tradisional, tetapi mulai berkembang menjadi rezim regulasi digital khusus.

Harmonisasi internasional diperlukan agar terdapat standar bersama mengenai:

- a. batas kewenangan negara terhadap perusahaan digital;
- b. perlindungan persaingan usaha;
- c. penggunaan data;
- d. kewajiban transparansi algoritma;
- e. perlindungan konsumen digital.

#### **5. Implikasi Kasus Google terhadap Perkembangan Hukum Organisasi Perusahaan Internasional**

Kasus Google vs European Commission memiliki implikasi penting terhadap perkembangan hukum organisasi perusahaan internasional karena memperlihatkan bahwa perusahaan digital dapat memiliki kekuatan ekonomi yang melampaui batas negara.

Perusahaan seperti Google tidak hanya berperan sebagai pelaku usaha, tetapi juga sebagai pengendali infrastruktur penting dalam kehidupan digital masyarakat. Oleh karena itu, pengaturan terhadap perusahaan digital harus mempertimbangkan keseimbangan antara inovasi teknologi dan perlindungan kepentingan publik.

UNCTAD menjelaskan bahwa perkembangan ekonomi digital telah menciptakan konsentrasi kekuatan ekonomi pada sejumlah kecil perusahaan teknologi global yang memiliki kemampuan menguasai data dan pasar internasional.

Dengan demikian, kasus Google menjadi bukti bahwa hukum organisasi perusahaan

internasional harus berkembang mengikuti perubahan karakter perusahaan modern. Regulasi masa depan perlu menggabungkan prinsip investasi internasional, hukum persaingan, perlindungan konsumen, dan tata kelola digital global.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa Google sebagai perusahaan multinasional digital memiliki kekuatan ekonomi dan politik yang melampaui batas yurisdiksi negara, sehingga menimbulkan tantangan dalam pengaturan hukum internasional. European Commission melalui kebijakan antitrust dan regulasi digital berupaya menjaga persaingan usaha yang sehat serta mencegah penyalahgunaan posisi dominan oleh Google. Kasus Google vs European Commission menjadi preseden penting dalam perkembangan hukum organisasi perusahaan internasional, karena memperlihatkan bagaimana lembaga supranasional dapat menegakkan aturan terhadap perusahaan global.

Oleh karena itu, diperlukan harmonisasi regulasi internasional agar pengaturan terhadap perusahaan multinasional digital dapat lebih efektif dan adil. Negara-negara perlu bekerja sama dalam merumuskan kebijakan yang seimbang antara inovasi teknologi, kepentingan bisnis, dan perlindungan pasar yang kompetitif. Selain itu, transparansi dalam pengelolaan data dan algoritma harus diperkuat agar hak-hak konsumen tetap terlindungi di tengah dominasi perusahaan teknologi global.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alison Jones & Brenda Sufrin, *EU Competition Law: Text, Cases, and Materials*, Oxford University Press, 2019.
- An An Chandrawulan, *Hukum Perusahaan Multinasional, Liberalisasi Hukum Perdagangan Internasional dan Hukum Penanaman Modal*, Bandung, 2011.
- Ani Purwati dan Udi Rusadi, "Rekonstruksi Ekonomi Politik Komunikasi Media Baru Era Digital: Dominasi Google dan Meta dalam Periklanan Digital", *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, Vol. 6 No. 1, 2025.
- Delfira Harli Saputri, "Strategi Sistemik Alphabet Inc. dalam Dominasi Global: Analisis Pendekatan Whittington," *Responsive: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora dan Kebijakan Publik*, Vol. 9 No. 1, 2026.
- Dhiana Puspitawati dkk., *Hukum Organisasi Internasional*, Universitas Brawijaya Press, 2020.
- European Commission, Press Release IP/18/4581, diakses 21 Juni 2026.
- Feni Annisa et al., "Hubungan Hukum Internasional Sebagai Sumber Hukum Dalam Hukum Nasional," *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, Vol. 1 No. 4, 2024.
- Huala Adolf, *Perjanjian Penanaman Modal dalam Hukum Perdagangan Internasional (WTO)*, Cet. 2, Keni Media, Bandung, 2010.
- IJ. Heryanto, "Peranan Multinational Corporations Dalam Industrialisasi Di Indonesia Pada Era Orde Baru," *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 5 No. 1, Maret 2003.
- Mukti Fajar & Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- National Geographic Indonesia, 2014.
- Putri, 2016. Wikipedia, "Antitrust cases against Google by the European Union," diakses 21 Juni 2026.
- Putu Nanda Putra Utama Wirnatha Wibawa dkk., "Eksistensi dan Fungsi Kedudukan Hukum Organisasi Internasional," *Jurnal Locus Delicti*, Vol. 4 No. 1, 2023.
- Radio Republik Indonesia, 2024.
- Samantha Besson, "The Sources of International Law: An Introduction" (n.d.).
- Sulistiowati, *Tanggung Jawab Hukum pada Perusahaan Grup di Indonesia*, Erlangga, Jakarta, 2013.
- Yosafat Cornelius Poernomo dan Ferry Irawan, "Analisis Penyelesaian Isu Pemajakan Ekonomi Digital: Studi Kasus Google Asia Pacific Pte Ltd.," *JEMASI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 17 No. 2, Maret 2022.