

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi telah mengubah gaya hidup masyarakat di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi dalam dunia digital pada dewasa ini sudah berkembang dengan sangat pesat. Tidak hanya gaya hidup, pola pikir tradisional masyarakat Indonesia juga sudah semakin berubah dengan berkembangnya internet untuk menyerap tenaga kerja dari sektor pertanian ke sektor industri dan sekarang ke sektor informasi dan komunikasi.¹ Perkembangan teknologi berdampak pada hampir semua elemen kehidupan, termasuk perdagangan barang dan jasa.²

Karena telah terjadinya perubahan cara penggunaan media informasi dalam kegiatan perdagangan, hal ini mengakibatkan sistem perdagangan tradisional digantikan oleh sistem perdagangan elektronik. Jenis perdagangan elektronik ini menghasilkan transaksi *online* untuk pembelian dan penjualan barang dan jasa, yang disebut sebagai *E-commerce* (*Electronic Commerce*). Melalui penggunaan perangkat elektronik sebagai media perantara, kegiatan ini menghubungkan produsen dan konsumen secara tidak langsung yang menciptakan kesepakatan yang berakhir pada transaksi *online*.³

E-commerce adalah sebuah *platform* yang menghadirkan ide baru di mana internet berfungsi sebagai jaringan informasi untuk penjualan dan pembelian barang, jasa, dan informasi.⁴ Sebagaimana pengaturannya

¹ Eri Yanti Nasution et al., "Perkembangan Transaksi Bisnis *E-commerce* Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia," *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 3, no. 2 (2020): 506–519.

² Ramen A Purba et al., *Aplikasi Teknologi Informasi: Teori Dan Implementasi* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 47.

³ Sutan Remy Sjahdeini, "*E-commerce* Tinjauan Dari Perspektif Hukum," *Jurnal Hukum Bisnis* 6, no. 6 (2018).

⁴ Manap Solihat and Dedi Sandika, "*E-commerce* Di Industri 4.0," *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 16, no. 2 (2022): 273–281.

mengacu pada Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mendefinisikan bahwa:

“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”⁵

E-commerce diperlukan di zaman sekarang ini bagi mereka yang terlibat dalam bidang perdagangan.⁶ Hal ini dianggap sangat menguntungkan bagi para pelaku bisnis dan konsumen karena kedua belah pihak hanya membutuhkan gawai untuk mengakses *platform E-commerce* tersebut. Internet telah berdampak pada praktik perusahaan di era perkembangan modern saat ini, yang semakin berubah untuk memenuhi tuntutan ekonomi dan teknologi. Para pelaku bisnis memiliki banyak kesempatan untuk memanfaatkan minat masyarakat yang semakin meningkat terhadap teknologi. Alhasil, banyak dari mereka yang mulai memanfaatkan media elektronik untuk melakukan transaksi jual beli, atau *E-commerce*. Karena tidak adanya batasan, ruang, jarak dan waktu dalam *E-commerce*, membuat proses pembelian dan penjualan menjadi lebih mudah bagi semua pihak.⁷

Berbagai *platform E-commerce*, termasuk aplikasi *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, TiktokShop dan Blibli telah muncul seiring dengan perkembangan teknologi. Dengan semakin banyaknya pelaku bisnis baru yang bermunculan dan menggunakan berbagai *platform e-commerce* yang tersedia di Indonesia, beberapa di antaranya berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik, meskipun dengan cara yang tidak benar.

⁵ Pasal 1 Angka 2, Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

⁶ Hani Atun Mumtahana, Sekreningsih Nita, dan Adzinta Winerawan Tito, “Pemanfaatan Web *E-commerce* Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran,” *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika* 3, no. 1 (2017): 6–15.

⁷ Rini Yustiani dan Rio Yunanto, “Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi,” *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika* 6, no. 2 (2017): 43–48.

Misalnya, mereka berpartisipasi dalam program-program yang ditawarkan oleh *platform e-commerce*, yang pada dasarnya hanya berfokus pada persaingan harga yang sangat minim, dengan kata lain ada minimum diskon yang harus diberikan oleh pelaku usaha agar memenuhi syarat untuk mengikuti program-program tersebut. Salah satu metode promosi yang umum dilakukan adalah program *flash sale*, dimana pelaku usaha yang mengikuti program ini kemudian menjual produk dengan potongan harga yang sangat besar dan ketersediaan jumlah produk terbatas dalam waktu yang relatif singkat.⁸

Praktik *flash sale* yang umumnya terjadi ketika pelaku usaha melakukan penjualan barang dan/atau jasanya pada waktu tertentu di bawah harga pasar bahkan sering kali di bawah biaya produksi⁹ memang memikat banyak konsumen dan menguntungkan bagi pelaku usaha besar yang memiliki banyak dana untuk terus menerus melakukan *flash sale*. Kebijakan program *flash sale* ini merupakan salah satu strategi yang digunakan pelaku usaha yang difasilitasi oleh *platform E-commerce* untuk mendapatkan pengunjung atau trafik ke toko onlinenya secara besar-besaran. Dengan mengikuti program *flash sale*, produk yang sudah terdaftar akan muncul di fitur-fitur tertentu bahkan mendapat rekomendasi pada halaman pertama *platform E-commerce*.

Terdapat kekhawatiran bahwa hal ini akan menimbulkan ketidakadilan bagi para *merchant* atau pelaku usaha lainnya terkhusus pelaku usaha kecil. Apabila pelaksanaan *flash sale* pada *E-commerce* tidak diawasi dapat menimbulkan permasalahan baru yakni praktik jual rugi atau *predatory pricing* yang selanjutnya dapat menghilangkan persaingan usaha yang sehat karena rendahnya harga yang ditawarkan. Hal ini dikarenakan

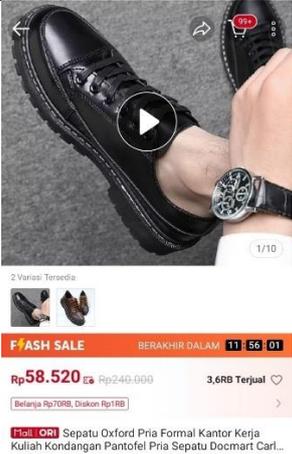
⁸ Respi Saputri, Asep Muhamad Ramdan, dan Nor Norisanti, "Peran *Flash sale* Dalam Memediasi Hubungan Sales Promotion Terhadap Keputusan Belanja Online," *Jurnal Syntax Idea* 2, no. 6 (2020): 108–116.

⁹ Noviana Tri Hapsari, "Kompetisi Plat Form *E-commerce* Ditinjau Dari Hukum Persaingan Usaha," *Kasasi: Journal of Law* 1, no. 1 (2024): 1–22.

adanya kemiripan unsur antara praktik jual rugi dengan promosi *flash sale*, yakni “harga yang rendah” dimana pelaku usaha menawarkan barang dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan penawaran pada waktu normal.¹⁰ Meskipun *e-commerce* memfasilitasi interaksi pelaku usaha dan konsumen, *e-commerce* juga rentan terhadap perbuatan melawan hukum yang menyebabkan kerugian, antara lain merugikan pelaku usaha pesaingnya hingga melanggar atau bahkan menghilangkan persaingan yang seharusnya ada di dalam suatu pasar.

Dalam observasi yang dilakukan oleh penulis menghasilkan perbedaan harga yang cukup signifikan antara *seller* yang menggunakan promo *flash sale* dan tidak menggunakan promo *flash sale*. Berikut merupakan tabel dari hasil observasi yang dilakukan:

Tabel 1.1 Perbedaan harga produk antara toko yang menjual dengan promo *flash sale* dan tanpa promo *flash sale* di platform Shopee, Tik Tok Shop dan Lazada

No.	Nama Barang	Toko dengan promo <i>flash sale</i>	Toko tanpa promo <i>flash sale</i>
1.	Sepatu Docmart	 <p>Toko: MTop X Official Store Harga: 58.500 Terjual: 3,8rb terjual</p>	 <p>Toko: sepatu_casual19 Harga: 110.000 Terjual: 546 terjual</p>

¹⁰ Adinda Suci Rahayu and Suherman, “Analisis Dugaan Praktek Jual Rugi Produk Impor Melalui Situs *E-commerce* Shopee,” *UNES Law Review* 4, no. 4 (2022): 430–448.

2.	Tas Ransel	 <p>Toko: bag today Harga: 29.700 Terjual: 10rb+ terjual</p>	 <p>Toko: Tas Mitako Harga: 47.500 Terjual: 102 terjual</p>
3.	Celana Wanita	 <p>Toko: Aulin Store Harga: 43.000 Terjual: 10rb+ terjual</p>	 <p>Toko: Diobee.id Harga: 62.000 Terjual: 2rb terjual</p>

Sumber : Platform Shopee, Lazada dan TiktokShop, diolah peneliti 2025.

Berdasarkan data tabel tersebut terlihat bahwa pelaku usaha yang menggunakan promosi *flash sale* menetapkan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan pelaku usaha lain yang tidak menggunakan promosi *flash sale*. Pelaku usaha yang menggunakan promosi *flash sale* untuk mempromosikan produknya dapat dicurigai melakukan praktik *predatory pricing*, yang dibuktikan dengan adanya perbandingan harga secara

horizontal di antara para pelaku usaha di pasar yang sama. Apabila kegiatan semacam ini dilakukan secara terus menerus, maka hal ini dapat menyebabkan pelaku usaha pesaingnya merugi dan menutup kegiatan usahanya.

Meskipun pada dasarnya *flash sale* merupakan strategi promosi yang dilakukan dalam waktu yang sangat terbatas, dalam praktiknya tidak sedikit pelaku usaha yang menerapkan program ini secara berulang hampir setiap hari. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan apakah *flash sale* masih dapat dipandang semata sebagai strategi promosi yang wajar, atau justru telah berkembang menjadi pola penjualan yang berpotensi menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat. Ketika program *flash sale* digunakan terus-menerus, terutama oleh pelaku usaha yang memiliki kapasitas modal besar, terdapat kekhawatiran bahwa strategi ini dimanfaatkan untuk menekan harga secara ekstrem guna menyingkirkan pesaing, khususnya pelaku usaha kecil yang tidak mampu bertahan dengan harga serupa dalam jangka panjang. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada berbagai *platform e-commerce*, ditemukan beberapa toko yang secara konsisten mengadakan program *flash sale* setiap hari. Observasi ini dilakukan dengan memantau aktivitas promosi toko-toko tersebut pada jam-jam tertentu serta kategori produk yang ditawarkan. Informasi lebih rinci mengenai toko-toko yang terlibat dalam *flash sale* harian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Toko-toko di *platform e-commerce* yang secara konsisten melakukan promosi *flash sale* setiap hari

No	Nama Toko	<i>Platform E-commerce</i>	Kategori Produk	Jam <i>Flash sale</i>	Durasi <i>Flash sale</i>	Frekuensi <i>Flash sale</i>
1.	Bag today	Lazada	Tas Ransel	00.00	24 jam	Setiap hari
2.	Aulin Store	Tiktok Shop	Celana Wanita	18.00	24 jam	Setiap hari

3.	MTop X Official Store	Shopee	Sepatu Docmart	00.00 dan 12.00	24 jam	Setiap hari
----	-----------------------------	--------	-------------------	-----------------------	--------	-------------

Sumber: Platform Shopee, Lazada dan TiktokShop, diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa beberapa toko di platform *e-commerce* secara konsisten mengadakan program *flash sale* setiap hari dengan potongan harga yang sangat signifikan bahkan mencapai 80%. Fenomena ini dapat menimbulkan dugaan praktik *predatory pricing*. Program *flash sale* yang berlangsung setiap hari menyulitkan pesaing kecil untuk bersaing, karena mereka tidak mampu menawarkan harga serupa tanpa merugi.

Pemerintah mengawal keberjalanan persaingan usaha di Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menjadi pedoman bagi para pelaku usaha dan konsumen dalam menjalankan usaha. Pelaku usaha harus menyeimbangkan kepentingan pribadinya dengan kepentingan umum agar dapat menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip demokrasi ekonomi, seperti yang dijelaskan dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.¹¹ Selain itu, untuk memastikan pelaksanaan ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, maka diatur pula tentang pembentukan sebuah komisi pengawas independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah dan/atau pihak lain yang disebut Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau disingkat KPPU.¹²

Undang-undang telah mengatur mengenai bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang untuk mewujudkan iklim usaha yang sehat, salah satunya adalah perjanjian jual rugi atau *predatory pricing*. Ketentuan praktik jual

¹¹ Andi Fahmi Lubis et al., *Hukum Persaingan Usaha, Edisi Kedua* (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017).

¹² C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm. 187.

rugi dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 diatur pada Pasal 20 yang berbunyi,

“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.”¹³

Berdasarkan uraian Pasal 20 diatas dapat disimpulkan bahwa *predatory pricing* didefinisikan sebagai situasi di mana pelaku usaha menetapkan harga di bawah harga keuntungan jangka pendek (*short run profit maximizing price*) yang dikategorikan sebagai tindakan melanggar hukum persaingan usaha¹⁴ atau penerapan harga di bawah biaya dengan harapan akan tertutupi di kemudian hari melalui keuntungan monopoli yang akan diterimanya serta bertujuan untuk mematikan pesaingnya.¹⁵ Dengan kata lain, bahwa seorang pelaku usaha tidak boleh melakukan praktik persaingan usaha dengan cara menetapkan harga dibawah harga pesaing usaha lainnya, yang berarti praktik ini dilakukan atas keinginan pelaku usaha untuk melindungi posisinya serta mendapatkan fitur atau jasa khusus dengan cara memotong harga dibawah harga normalnya sehingga pelaku usaha tetap dominan dalam hal mempertahankan posisinya.

Perlu adanya suatu metode atau pendekatan untuk mengevaluasi segala tindakan dan kegiatan yang berpotensi atau mengarah pada persaingan usaha tidak sehat, khususnya dalam perilaku *predatory pricing*. Unsur-unsur dalam pasal ini menjelaskan bagaimana ketentuan mengenai *predatory pricing* atau jual rugi dilarang, namun secara halus juga menyiratkan bahwa *predatory pricing* diperbolehkan. Untuk mengetahui

¹³ Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

¹⁴ Galuh Puspaningrum, *Hukum Persaingan Usaha: Perjanjian Dan Kegiatan Yang Dilarang Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013).

¹⁵ Prof. Dr. Sudiarto, *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2021), hlm. 82-83.

hal tersebut diperlukan kajian yang ditinjau dari perspektif hukum persaingan usaha. Berdasarkan kajian hukum dan ekonomi, *predatory pricing* sebenarnya boleh dilakukan dengan alasan yang masuk akal (*Reasonable*). Prinsip dalam hukum persaingan usaha yaitu prinsip *rule of reason* akan menentukan diperbolehkan atau tidaknya perilaku *predatory pricing* tersebut.

Praktik jual rugi pada awalnya terlihat menarik bagi konsumen karena harga yang ditawarkan pelaku usaha sangatlah rendah. Hal tersebut bertujuan untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing dan menjadikannya sebagai pemilik posisi dominan dalam pasar tersebut. Untuk mengganti kerugian yang dialami selama promosi *flash sale*, pelaku usaha akan menaikkan harga setelah tujuan mereka tercapai. Akibat praktik jual rugi, pelaku usaha lain pun tersingkir dari pasar, sehingga konsumen tidak punya pilihan lain selain membeli barang dari pelaku usaha yang menaikkan harga. Keinginan untuk memaksimalkan keuntungan dan tantangan untuk melakukannya di pasar yang kompetitif merupakan kekuatan pendorong di balik praktik jual rugi, yang menyebabkan para pelaku usaha memilih untuk menderita kerugian karena harga rendah dan kemudian mencoba untuk memulihkan kerugian tersebut di kemudian hari.¹⁶

Berdasarkan penjelasan latar belakang, sebagai tanggung jawab akademik maka akan ditindak lanjuti dengan penelitian yang berjudul, **“PRAKTIK JUAL RUGI PROGRAM *FLASH SALE* DI *E-COMMERCE* DIHUBUNGKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT.”**

¹⁶ Joseph P Guiltinan dan Gregory T Gundlach, “Aggressive and *Predatory pricing*: A Framework for Analysis,” *Journal of Marketing* 60, no. 3 (1996): 87–102.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka didapat rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan di bawah ini :

1. Bagaimana praktik jual rugi yang dilakukan melalui program *flash sale* di *E-commerce*?
2. Apakah program *flash sale* di *E-commerce* dapat dikategorikan sebagai tindakan *predatory pricing* menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?
3. Bagaimana akibat hukum dari praktik jual rugi pada program *flash sale* di *E-commerce* terhadap persaingan usaha?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya kajian dari penelitian hukum ini, antara lain :

1. Untuk memperoleh pemahaman praktik jual rugi yang dilakukan melalui program *flash sale* di *E-commerce*.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui Program *flash sale* pada *E-commerce* dapat dikategorikan sebagai Praktek *Predatory pricing* menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
3. Untuk mengetahui akibat hukum dari praktik jual rugi pada program *flash sale* di *E-commerce* terhadap persaingan usaha.

D. Kegunaan Penelitian

Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sumber informasi untuk berbagai pihak :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi sarana untuk memperkaya ilmu pengetahuan di bidang Hukum Perdata khususnya Hukum Persaingan Usaha.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya terutama mengenai kegiatan *predatory pricing* pada *e-commerce*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku usaha *e-commerce*, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan atau pemahaman mengenai praktik *predatory pricing*. Dengan memahami akibat hukumnya, pelaku usaha dapat menghindari tindakan yang merugikan diri sendiri dan pelaku usaha lain.
- b. Bagi konsumen *e-commerce*, bahwa perilaku *Predatory pricing* yang dilakukan melalui program *flash sale* memang menguntungkan dalam jangka pendek namun akan merugikan pada jangka waktu panjang.
- c. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah dan lembaga pengawas dalam hal ini KPPU untuk merumuskan kebijakan dan strategi pengawasan yang lebih efektif dalam mencegah praktik *predatory pricing* di *e-commerce*.
- d. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang hukum persaingan usaha. Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut mengenai praktik persaingan usaha di *e-commerce*.

E. Kerangka Berpikir

Sugiyono mendefinisikan kerangka pemikiran sebagai alur berpikir atau alur penelitian yang menjadi dasar atau pola pikir peneliti dalam melakukan penelitian terhadap objek yang dituju. Dengan demikian, kerangka berpikir adalah alur berpikir yang digunakan peneliti ketika mereka menyelidiki suatu topik yang dapat menyelesaikan arah rumusan

masalah dan tujuan penelitian.¹⁷ Adapun teori yang dapat membantu penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teori Kepastian Hukum

Hukum dapat dilihat sebagai alat *social engineering* atau *social planning* yang digunakan oleh agen perubahan untuk mengubah masyarakat sesuai dengan kehendak dan rencana.¹⁸ Sebagai aturan perilaku yang mengatur manusia dan memaksa, hukum harus disebarluaskan agar dapat berfungsi efektif dalam mengubah perilaku dan memaksa masyarakat untuk menerapkan nilai-nilai yang terdapat dalam sistem hukum. Dalam aturan hukum, terdapat asas yang utama agar tercipta suatu kejelasan terhadap peraturan hukum, asas tersebut ialah kepastian hukum. Gagasan mengenai asas kepastian hukum ini awalnya diperkenalkan oleh Gustav Radbruch dalam bukunya yang berjudul “*einführung in die rechtswissenschaften*”. Radbruch menuliskan bahwa di dalam hukum terdapat 3 (tiga) nilai dasar, yakni:¹⁹

- a. Asas Keadilan (*Gerechtigkeit*); asas ini meninjau dari sudut Filosofis, bahwasannya keadilan merupakan hak untuk semua orang dihadapan hukum.
- b. Asas Kemanfaatan (*Zweckmassigkeit*); asas ini meninjau dari sudut Sosiologis, bahwa adanya manfaat dari keberadaan hukum itu di dalam masyarakat.
- c. Asas Kepastian Hukum (*Rechtssicherheit*); asas ini meninjau dari sudut yuridis.

Asas Kepastian hukum sebagai asas yang utama diartikan sebagai kejelasan norma sehingga dapat dijadikan pedoman bagi masyarakat yang dikenakan peraturan ini. Pengertian kepastian

¹⁷ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 60.

¹⁸ Soerjono Soekanto, *Pokok-Pokok Sosiologi Hukum* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 135

¹⁹ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: Pt Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 19.

tersebut dapat dimaknai bahwa ada kejelasan dan ketegasan terhadap berlakunya hukum di dalam masyarakat.²⁰ Menurut Sudikno Mertokusumo dalam buku Asikin Zainal Kepastian hukum merupakan sebuah jaminan bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan cara yang baik. Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang dan berwibawa, sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati.²¹

Kepastian hukum secara normatif adalah ketika suatu peraturan dibuat dan diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis. Jelas dalam artian tidak menimbulkan keragu-raguan (multi tafsir) dan logis. Jelas disini memiliki artian menjadi suatu sistem norma sehingga tidak berbenturan atau menimbulkan konflik norma. Kepastian hukum menunjuk kepada pemberlakuan hukum yang jelas, tetap, konsisten dan konsekuen yang pelaksanaannya tidak dapat dipengaruhi oleh keadaan-keadaan yang sifatnya subjektif.²²

Teori kepastian hukum menjadi landasan penting dalam menganalisis praktik jual rugi (*predatory pricing*) pada program *flash sale* di *e-commerce*. Dalam konteks ini, teori tersebut menuntut adanya kejelasan hukum terkait batasan antara praktik promosi yang wajar dan praktik yang merugikan konsumen serta pelaku usaha lainnya dan merusak iklim persaingan usaha. Ketentuan hukum yang tidak jelas atau ambigu dapat menimbulkan ketidakpastian, baik bagi pelaku usaha yang ingin mematuhi aturan, maupun bagi aparat penegak hukum seperti KPPU dalam menilai suatu tindakan. Dengan demikian,

²⁰ Tata Wijayanta, "Asas Kepastian Hukum, Keadilan Dan Kemanfaatan Dalam Kaitannya Dengan Putusan Kepailitan Pengadilan Niaga," *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 2 (2014): 216–226.

²¹ Zainal Asikin, *Pengantar Tata Hukum Indonesia* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 80

²² C.S.T. Kansil et al., *Kamus Istilah Aneka Hukum* (Jakarta: Jala Permata, 2009), hlm. 385.

baik pelaku usaha maupun konsumen dapat memiliki kepastian hukum dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah praktik jual rugi melalui program *flash sale* telah melanggar ketentuan hukum yang berlaku, khususnya Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

2. Teori Perlindungan Hukum

Teori perlindungan hukum memberikan perlindungan terhadap semua pihak sesuai dengan status hukumnya karena setiap orang memiliki kedudukan yang sama dihadapan hukum. Hukum juga memiliki kepentingan yang berguna untuk menjaga hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan mana yang perlu diatur dan dilindungi.²³ Setiap hubungan hukum menimbulkan hak dan kewajiban yang saling berlawanan, atau masing-masing pihak dalam suatu perikatan hukum memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi, yang apabila tidak dipenuhi akan merugikan salah satu pihak dalam perikatan tersebut. Oleh karena itu, perlindungan hukum diperlukan untuk melindungi dan mengurangi permasalahan.

Satjipto Raharjo berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah upaya untuk mengkoordinasikan berbagai kepentingan yang bisa bertubrukan dalam masyarakat, hal itu oleh hukum diintegrasikan sedemikian rupa sehingga tubrukan-tubrukan itu bisa ditekan sekecil-kecilnya dan agar masyarakat dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.²⁴

Menurut Salim HS dalam bukunya, teori perlindungan hukum merupakan teori yang mengkaji dan menganalisis tentang wujud atau bentuk atau tujuan perlindungan, subjek hukum yang dilindungi serta

²³ Raharjo, *Ilmu Hukum*.

²⁴ *Ibid*, hlm. 53-54.

objek perlindungan yang diberikan oleh hukum kepada subjeknya.²⁵

Unsur-unsur yang tercantum dalam definisi teori perlindungan hukum, meliputi:²⁶

- a. Adanya wujud atau bentuk perlindungan atau tujuan perlindungan;
- b. Subjek hukum; dan
- c. Objek perlindungan hukum.

Perlindungan hukum terbagi menjadi dua, yaitu :

1) Perlindungan hukum preventif.

Perlindungan hukum secara preventif ini merupakan upaya perlindungan dari negara terhadap masyarakatnya guna meminimalisir terjadinya pelanggaran. Upaya ini tertuang dalam regulasi yang bertujuan meminimalisir terjadinya melanggar sesuatu yang berlawanan dengan hukum dengan menyalurkan pemahaman tentang batasan apa yang boleh dan tidak diperbolehkan.

2) Perlindungan hukum represif.

Perlindungan hukum secara represif ini merupakan upaya melindungi hak manusia yang terakhir yang berwujud hukuman misalnya hukuman membayar denda, hukuman penjara, serta hukuman tambahan jika telah terjadi suatu pelanggaran.²⁷

Dengan demikian negara menjamin hak-hak hukum warga negaranya dengan memberikan perlindungan hukum dan perlindungan hukum akan menjadi hak bagi setiap warga negara. Hukum harus

²⁵ Salim HS, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis Dan Disertasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 263

²⁶ *Ibid*, hlm. 263.

²⁷ Ade Rizqi Naulina Harahap, Soesi Idayanti, and Kanti Rahayu, *Perlindungan Hukum Terhadap Sistem Pembayaran Transaksi Elektronik Lintas Batas Negara* (Pekalongan: Penerbit NEM, 2022), hlm. 17-18.

memberikan perlindungan terhadap semua pihak sesuai dengan status hukumnya karena setiap orang memiliki kedudukan yang sama dihadapan hukum. Hukum juga memiliki kepentingan yang berguna untuk mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi.

Teori perlindungan hukum dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis bagaimana hukum seharusnya hadir dalam memberikan jaminan kepastian, keadilan, dan perlindungan terhadap seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha, khususnya dalam konteks persaingan usaha di *e-commerce*. Fokus utamanya adalah pada praktik jual rugi dalam program *flash sale* yang berpotensi merugikan pelaku usaha kecil dan mengganggu struktur persaingan yang sehat. Melalui teori ini, penelitian diarahkan untuk mengkaji peran hukum dalam mencegah terjadinya dominasi pasar oleh pelaku usaha besar, menjaga keseimbangan kepentingan antar pelaku usaha, serta melindungi konsumen dari dampak negatif praktik dagang yang eksploitatif.

3. Pendekatan *Rule of Reason*

Dalam menganalisis praktik jual rugi yang dilakukan melalui program *flash sale* di *E-commerce*, penelitian ini menggunakan pendekatan *Rule of Reason* sebagai kerangka analisis hukum. Pendekatan ini berasal dari praktik hukum persaingan di Amerika Serikat dan merupakan pendekatan yuridis yang digunakan untuk mengkaji perilaku *Predatory pricing* dengan cara melihat alasan dari pelaku usaha yang melakukan kegiatan tersebut.²⁸

²⁸ Supianto, "Pendekatan Per Se Illegal Dan Rule Of Reason Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia," *Jurnal Rechts* 2, no. 1 (2013): 42–59.

Pendekatan *Rule of Reason* berbeda dengan pendekatan *per se illegal*, yang langsung menganggap suatu tindakan melanggar hukum tanpa mempertimbangkan dampaknya. Dalam hukum persaingan usaha di Indonesia, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) juga menerapkan pendekatan ini untuk menilai apakah suatu praktik jual rugi dapat dikategorikan sebagai *predatory pricing*. Oleh karena itu, *Rule of Reason* digunakan dalam penelitian ini sebagai kerangka analisis hukum untuk mengevaluasi praktik program *flash sale* di *E-commerce* secara lebih komprehensif, kontekstual, dan objektif. Hal yang pertama kali dilihat ialah apakah si pelaku usaha melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dan harga yang ditetapkan tidak masuk akal (*unreasonable price*). Kedua, dapat dikatakan pelaku usaha bertujuan untuk menyingkirkan atau mematikan pesaingnya apabila harga yang tidak masuk akal tersebut lebih rendah dari biaya variabel rata-rata atau biaya produksi. Ketiga, kegiatan *predatory pricing* dapat dikatakan mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.²⁹

F. Langkah-Langkah Penelitian

Metodologi dalam penelitian hukum pada dasarnya berfungsi sebagai panduan bagi peneliti dalam mempelajari, menganalisis, dan memahami berbagai aspek dalam penelitian hukum. Dengan demikian, metodologi adalah elemen yang sangat penting dan harus ada dalam setiap penelitian hukum.³⁰

1. Metode Pendekatan

Dalam penelitian ini penulis menganalisis permasalahan hukum dengan menggunakan metode penelitian yuridis empiris. Menurut

²⁹ Ni Luh Putu Diah Rumika Dewi I dan Dewa Made Suartha, "Penerapan Pendekatan Rules Of Reason Dalam Menentukan Kegiatan *predatory pricing* Yang Dapat Mengakibatkan Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Journal* 5, no. 2 (2017).

³⁰ Dr. H Ishaq, *Metode Penelitian Hukum Dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 26-27.

Bambang Waluyo, yuridis empiris merupakan metode “penelitian hukum yang mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataan di masyarakat atau penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya yang terjadi di masyarakat, dengan maksud menemukan fakta-fakta yang dijadikan data penelitian yang kemudian data tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi masalah yang pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah”.³¹ Atau dengan kata lain yaitu penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara langsung pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.³²

Dalam pendekatan yuridis-empiris yang meneliti tentang praktik jual rugi (*predatory pricing*) pada program *flash sale* di *e-commerce* dihubungkan dengan pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik dan Persaingan usaha tidak sehat. Penelitian ini tidak hanya menilai hukum dari segi teoritis, tetapi juga dari bagaimana hukum tersebut diimplementasikan dan berfungsi dalam konteks sosial yang sesungguhnya. Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji mengenai konsep *predatory pricing* dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang kemudian dihubungkan dengan implementasinya pada promosi *flash sale* diberbagai *Platform E-commerce*.

2. Spesifikasi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penulisan skripsi ini ialah deskriptif analisis, dimana dalam metode ini penulis berusaha memaparkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan secara jelas. Menurut Sukmadinata, penelitian deskriptif merupakan

³¹ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek* (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), hlm. 15-16.

³² Abdulkadir Muhammad, *Hukum Dan Penelitian Hukum* (Bandung: Pt Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 134.

jenis penelitian yang tujuannya untuk mendeskripsikan atau menjabarkan fenomena yang ada, baik fenomena alami maupun fenomena buatan manusia yang meliputi aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena satu dengan fenomena lain.³³

Dalam jenis penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat maupun hubungan antarfenomena yang diteliti. Adapun dalam penelitian ini mendeskripsikan terkait fenomena pelaksanaan jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha pada *E-commerce* melalui program *flash sale* dimana pelaku usaha menjual produk dengan harga yang sangat rendah dan hal tersebut berindikasi pada perilaku persaingan usaha tidak sehat yang dihubungkan dengan pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik dan Persaingan usaha tidak sehat.

3. Sumber Data dan Jenis Data

a. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder, yaitu :

1) Sumber data Primer

Sumber data primer adalah data yang didapat langsung dari sumbernya, baik itu melalui wawancara, observasi atau laporan yang berbentuk dokumen yang tidak resmi lalu diolah peneliti.³⁴ Dalam penelitian kali ini sumber primer diperoleh langsung dari wawancara yang dilakukan secara *online* kepada beberapa penjual dari toko diberbagai *platform E-commerce*,

³³ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hlm. 35-40.

³⁴ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 106.

“bag today” merupakan nama toko yang ada di *platform* Lazada, “Mtop X Official Store” merupakan nama toko yang ada di *platform* Shopee dan “Aulin Store” merupakan nama toko yang ada di *platform* Tiktok Shop. Sumber data primer lainnya yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersumber pada hasil wawancara di Lembaga KPPU KANWIL 3 Kota Bandung.

2) Sumber data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari studi kepustakaan yang diperoleh dari bahan pustaka yang merupakan bahan dasar dalam ilmu penelitian. Bersumber pada literatur ilmiah seperti buku – buku, bahan hukum, jurnal ilmiah, internet, dan sumber ilmiah lainnya yang dapat menunjang atau melengkapi penelitian ini.

Adapun bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a) Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945
- b) Undang – Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat
- c) Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20
- d) Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan 18 Usaha Tidak Sehat
- e) Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 Tata Cara Penanganan Perkara di Komisi Pengawas Persaingan Usaha

b. Jenis data

Data dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif. Analisis dalam penelitian ini dilakukan secara mendalam dan sistematis untuk menghasilkan gambaran yang komprehensif dan menyeluruh. Penulis dapat menginterpretasikan data dengan tepat sehingga memperoleh jawaban yang akurat terhadap rumusan masalah yang telah ditetapkan yaitu dengan menggunakan teori, definisi, dan literatur lain yang relevan, serta peraturan perundang-undangan yang berlaku. Data-data tersebut juga mencakup informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan pihak-pihak terkait, Observasi atau pengamatan, rekaman dan hasil studi kepustakaan.³⁵

Analisis kualitatif ini membantu dalam memahami konteks dan dinamika dari fenomena yang diteliti, memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai berbagai aspek yang mempengaruhi masalah yang sedang dikaji. Dengan demikian, hasil analisis tidak hanya menjelaskan data secara deskriptif tetapi juga mengungkap hubungan dan implikasi yang mungkin tidak terlihat sebelumnya, juga memungkinkan penulis untuk menyusun kesimpulan yang didasarkan pada bukti yang kuat dan relevan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam Teknik pengumpulan data, proses yang dilakukan ialah mengumpulkan data yang berhubungan dengan masalah yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian yang menggunakan cara seperti berikut ini :

- a. Studi lapangan, sebagai bahan utama dalam penelitian, adalah:
 - 1) Wawancara, merupakan suatu pertemuan antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide

³⁵ Suteki dan Galang Taufani, *Metodelogi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2022), hlm. 223.

melalui sesi tanya jawab.³⁶ Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara untuk mengumpulkan data dengan mewawancarai secara *online* beberapa *seller* yang berjualan di *e-commerce*, serta melakukan praktik *flash sale*. Selain itu, peneliti mewawancarai narasumber di kantor pengawas persaingan usaha Bandung.

- 2) Observasi atau pengamatan ialah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung objek penelitian.³⁷ Dalam hal ini jenis observasi yang dipilih oleh peneliti ialah *observation non participant* yaitu observasi yang melibatkan pengamatan terhadap partisipan tanpa berpartisipasi secara aktif, yang mana peneliti disini mengamati *Platform* Shopee, Lazada dan Tiktok Shop khususnya pada praktik *flash sale* di berbagai *e-commerce* yang digunakan untuk mempromosikan berbagai produk.
- b. Studi kepustakaan. Pada Studi Kepustakaan teknik Pengumpulan dilakukan dengan cara membaca, mengutip, menelaah, mengarsipkan/menginventarisir data dari suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku, buku-buku, ataupun literatur lainnya³⁸ yang berkaitan dengan Kegiatan *Predatory pricing* pada program *flash sale* yang dilakukan oleh pelaku usaha di *E-commerce* dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- c. Studi Dokumen, yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi dari berbagai sumber tertulis seperti dokumen-dokumen berupa buku, majalah,

³⁶ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, hlm. 231.

³⁷ Rinto Adi, *Metode Penelitian Sosial Dan Hukum* (Jakarta: Granit, 2005), hlm. 223.

³⁸ *Ibid*, hlm. 61.

peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan lain-lainnya.³⁹

5. Lokasi Penelitian

- a. Kantor Pengawas Persaingan Usaha KANWIL III, Jl. Aceh No. 52, Merdeka, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40113.
- b. Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Jalan A.H Nasution Nomor 105 Cibiru, Bandung.
- c. Perpustakaan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Jalan A.H Nasution Nomor 105 Cibiru, Bandung.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merupakan karya asli dan bukan merupakan bentuk tiruan dari karya ilmiah atau skripsi atau karya sejenis lainnya, kemudian untuk menegaskan keaslian penelitian ini serta untuk menghindari pengulangan atau tiruan terhadap tema yang memiliki fokus penelitian yang sama, berikut adalah beberapa penelitian yang sesuai dengan penulisan penelitian ini yang berhasil penulis kumpulkan dan menjadi perbandingan atas kajian-kajian sebelumnya:

1. Skripsi oleh Alvina Damayanti, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Tahun 2024, yang berjudul **“Jual Beli Di Bawah Harga Pasar Menurut Hukum Persaingan Usaha Dan Prinsip Syariah (Studi Kasus TikTok Shop).”** Pada penelitian ini membahas mengenai bagaimana praktik jual beli di bawah harga pasar yang dilakukan TikTok Shop, lalu perspektif Hukum Persaingan Usaha dan perspektif prinsip Syariah terhadap praktik jual beli di bawah harga pasar yang dilakukan TikTok Shop. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik

³⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2000), hlm. 102.

monopoli dan persaingan usaha. Sedangkan yang menjadi perbedaan pada penelitian ini adalah membahas terkait dugaan jual rugi pada program *flash sale* di *E-commerce* dan akibat hukum dari praktik jual rugi pada program *flash sale* terhadap persaingan usaha.

2. Skripsi oleh Anis Kurlillah, Fakultas Syariah Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Tahun 2024, yang berjudul **“Predatory pricing Dalam Jual Beli Produk Impor Di *E-commerce* Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.”** Pada penelitian ini membahas mengenai perspektif Hukum Persaingan Usaha dan perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktek *predatory pricing* yang dilakukan oleh toko online dalam jual beli produk impor di *E-commerce*. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai *predatory pricing* pada *e-commerce*. Sedangkan yang menjadi perbedaan pada penelitian ini adalah membahas terkait dugaan jual rugi pada program *flash sale* di *E-commerce* dan akibat hukum dari praktik jual rugi pada program *flash sale* terhadap persaingan usaha.
3. Skripsi oleh Yolanda Eka Eriyanti, Fakultas Hukum Universitas Jember, Tahun 2019, yang berjudul **“Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep *Predatory pricing* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha.”** Pada penelitian ini membahas mengenai perspektif Hukum Persaingan Usaha terhadap kegiatan promosi Gojek dengan menganalisa kegiatan promosi tersebut tidak bertentangan dengan konsep jual rugi (*predatory pricing*). Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai *predatory pricing* dalam perspektif Hukum Persaingan Usaha. Sedangkan yang menjadi perbedaan pada penelitian ini adalah membahas terkait dugaan jual rugi pada program *flash sale* di *E-commerce* dan akibat hukum dari praktik jual rugi pada program *flash sale* terhadap persaingan usaha.
4. Skripsi oleh Miftaqlul Nur Khasanah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Tahun 2023, yang

berjudul **“Praktik *Predatory pricing* Live Tiktok Shop Berdasarkan Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.”** Pada penelitian ini membahas mengenai praktik banting harga pada *Live* TikTok Shop jika ditinjau berdasarkan perspektif *predatory pricing* dalam UU No. 5 Tahun 1999 dan faktor yang mempengaruhi adanya praktik banting harga dan sejenisnya yang berpotensi terindikasi *predatory pricing*. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha. Sedangkan yang menjadi perbedaan pada penelitian ini adalah membahas terkait dugaan jual rugi pada program *flash sale* di *E-commerce* dan akibat hukum dari praktik jual rugi pada program *flash sale* terhadap persaingan usaha.

5. Skripsi oleh Adiwidya Imam Rahayu, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, Tahun 2010, yang berjudul **“Dugaan Praktek Jual Rugi (*Predatory pricing*) Dalam Industri Telekomunikasi Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.”** Pada penelitian ini membahas mengenai dugaan praktik jual rugi (*predatory pricing*) dalam *industry* telekomunikasi di Indonesia. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha. Sedangkan yang menjadi perbedaan pada penelitian ini adalah membahas terkait dugaan jual rugi pada program *flash sale* di *E-commerce* dan akibat hukum dari praktik jual rugi pada program *flash sale* terhadap persaingan usaha.