

BAB I

PELAKSANAAN JUAL RUGI (*PREDATORY PRICING*) MARKETPLACE TIKTOK SHOP DIHUBUNGKAN DENGAN PASAL 20 UNDANG – UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT

A. Latar Belakang Penelitian

Di era yang semakin canggih ini perkembangan teknologi juga semakin meningkat. Salah satu teknologi yang dihasilkan manusia yang digunakan dalam segala aspek, baik dari segi pendidikan, ekonomi, hiburan, sosial dan budaya adalah internet. Internet sendiri merupakan jaringan mendunia yang digunakan untuk berkomunikasi dari satu tempat ke tempat lain di berbagai belahan dunia yang di dalamnya memuat berbagai informasi, baik yang bersifat positif maupun bersifat negatif.¹ Dibalik manfaatnya yang besar, internet juga menyimpan sesuatu yang dapat mengubah perilaku seseorang dan internet tersebut dapat disalah gunakan apabila orang tersebut tidak mengetahui cara penggunaan yang baik dan benar. Dari sisi hukum, fenomena internet mempengaruhi model pengaturan hukum.² Selain dalam bidang teknologi, industri yang bergerak di bidang

¹ Mukhyar Sani, "Dampak Internet Terhadap Perilaku Generasi Muda Islam," *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 15 No (2016).

² and Dwi Martini. 2022. Kusuma Yadi, Didik, Muhammad Sood, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi E-Commerce Menurut Tata Hukum Indonesia Legal Protection For Parties Within The Electronic Commerce Transactions According To Indonesian Law," *Jurnal Commerce Law, II*, 2022.

baik sandang, pangan maupun papan juga mengalami kemajuan yang mana hal ini membuktikan bahwa teknologi dan internet sangat berpengaruh terhadap persaingan usaha.³ Didukung dengan Pasar global yang saat ini sudah menguasai dunia perdagangan Internasional kegiatan perdagangan kini bukan hanya dilakukan sebatas dalam negara saja tetapi juga merambat ke berbagai negara. lalu lintas perdagangan yang semakin maju pun dengan kebutuhan masyarakat yang tidak hanya berasal dari negaranya sendiri tetapi juga dari negara lain. Tidak sedikit masyarakat yang menggunakan produk – produk luar negeri dan tidak sedikit pula produk buatan luar negeri yang masuk ke negara Indonesia. Apalagi dimasa kini bertransaksi jual beli sudah tidak perlu lagi dilakukan secara bertatap muka melainkan dapat dilakukan dengan cara daring yaitu melalui beberapa *platform e-commerce online*.⁴

Di Indonesia sendiri berbelanja secara *online* kini sudah menjadi kebiasaan masyarakat, selain karena proses transaksinya yang mudah dan bisa dilakukan dimana saja, harga yang ditawarkan oleh *marketplace online* atau *online shop* pun cenderung lebih murah dibandingkan dengan harga di *offline store*. Selain menghemat waktu. Berbelanja secara *online* pun bisa meminimalisir pengeluaran. Adapun media sosial kini tidak hanya sekedar digunakan untuk mencari informasi atau hiburan saja tetapi juga dapat digunakan sebagai saran bisnis bagi beberapa pelaku usaha. Jika

³ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis: Prinsip Dan Pelaksanaannya Di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).hlm.34

⁴ Weijun Zheng, “The Business Models of E-Marketplace,” *Communication of the IIMA* 6, no. 4 (2006).

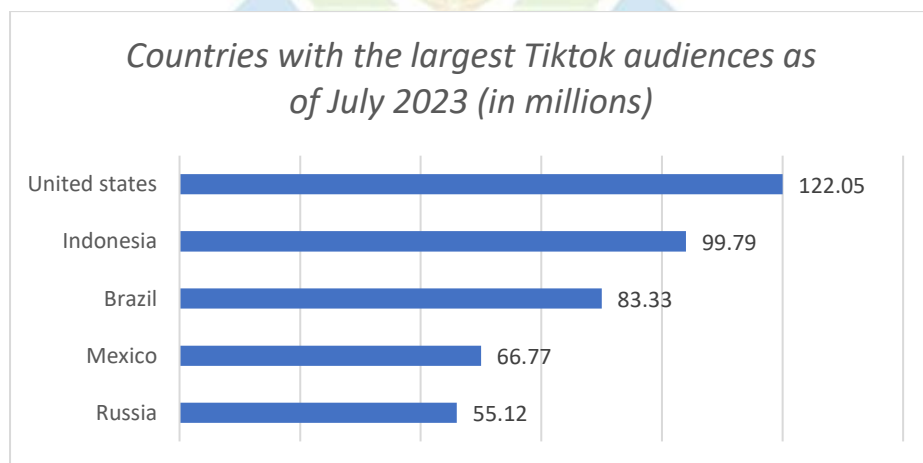
sebelumnya marketplace online hanya ada pada aplikasi khusus berbelanja seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan Blibli, kini berbelanja secara online dapat dilakukan di aplikasi lain yaitu tiktok. Tiktok pada awalnya hanya sebuah aplikasi yang menampilkan hiburan dan kekreatifitasan manusia saja, namun setelah berjalan lama Tiktok kemudian memperluas jangkauannya dengan memunculkan fitur untuk berbelanja yang dinamakan 'Tiktok shop' dimana fitur ini pertama kali diluncurkan pada tanggal 17 April 2021. Tiktok shop disinyalir merupakan layanan *e-commerce* yang dapat menjangkau penjual, pembeli, dan creator untuk menyediakan pengalaman berbelanja mulus dan menyenangkan. Fitur serupa juga pernah diluncurkan oleh Instagram dengan nama yang hampir sama yaitu *Instagram shopping*.

Tiktok merupakan salah satu *platform* media sosial yang memberikan fitur bagi para penggunanya untuk membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit yang didalamnya didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. Tiktok sendiri memiliki nama awal Douyin.⁵ Pada bulan September 2016, ByteDance, sebuah perusahaan yang berbasis di Tiongkok, China, meluncurkan sebuah aplikasi video pendek yang dinamakan Douyin. Douyin dapat meraih pengguna sebanyak 100 juta pengguna dan tayangan video sebanyak 1 miliar tayangan setiap harinya hanya dalam jangka waktu 1 tahun. Karena kepopularitasnya

⁵ Deandra Syarizka, "Perjalanan TikTok Di Indonesia, Dari Diblokir Hingga Kembali Populer," *techninasia*, 2020, <https://id.technasia.com/perjalanan-tiktok-di-indonesia>.

yang meningkat pesat, ByteDance memutuskan untuk memperluas jangkauan Douyin hingga ke luar China dengan nama baru, yaitu TikTok.

TikTok pun kini menjadi *platform* media social yang paling digandrungi oleh masyarakat dunia setelah Instagram. Pengguna aplikasi tiktok kini mencapai 1,67 Miliar pengguna aktif bulanan menurut data Business of apps. Hal tersebut menunjukkan bahwa tiktok memiliki pengaruh yang sangat besar sebagai *platform* media social. Dilansir dalam laman Statista, Indonesia menjadi Negara kedua sebagai pengguna aplikasi tiktok terbanyak di dunia.⁶



Gambar 1⁷. Daftar Negara dengan pengguna Tiktok terbanyak

Sumber : Statista, The statistic portal for market data, diolah peneliti, 20



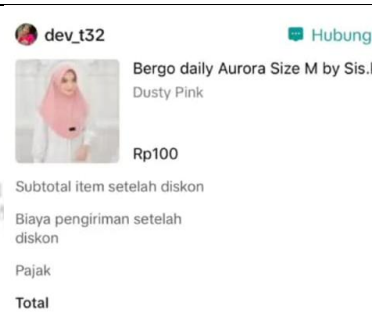
⁶ Statista, "Countries with the Largest Tiktok Audiences as of July 2023 (in Millions)," Countries with the largest Tiktok audiences as of July 2023 (in millions), 2023, <https://www.statista.com/>.

⁷ Statista.

Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki minat yang tinggi terhadap aplikasi ini dan tiktok sendiri memiliki rating yang sangat tinggi dalam penggunaan aplikasinya. Apalagi kini tiktok bukan hanya sekedar *platform* yang menyediakan hiburan bagi penggunanya tetapi juga para penggunanya bisa berbelanja melalui *platform* tersebut dengan cara yang sangat mudah dan harganya pun cenderung sangat murah di bandingkan harga pada *platform e-commerce* lain. Jika di *e-commerce* lain konsumen mendapatkan harga paling rendah hanya setengahnya dari harga jual yang asli maka di tiktok konsumen bisa mendapatkan harga yang paling rendah lagi yaitu Rp.100-. Adapun beberapa jenis barang yang dibandrol dengan harga yang terbilang sangat murah diantaranya dilampirkan dalam tabel berikut:

No.	Nama Barang	Nama Toko	Harga	Foto produk dan harga
1.	Minyak Goreng Sunco kemasan 2L	@manshurinso lo	Rp.100	

2.	Sendal <i>Eiger</i>	@Eigerofficial shop	Rp.200 0-	 <p>SANDAL EIGER FLASH SALE</p> <p>XTRA Voucher Ongkir 1/9</p> <p>Rp2.000 - 2.010 Rp45.000 Hemat hingga 96% Pilihan Favorit Promo pelanggan baru</p> <p>Estimasi di Kelasnya Center</p>
3.	Tas Selempa ng wanita	@Zeaofficialst ore	Rp.200 0-	 <p>ZEA OFFICIAL STORE</p> <p>XTRA Voucher Ongkir 1/8</p> <p>Rp2.000 Rp150.000 -99% Pilihan Favorit Diskon pelanggan pertama</p> <p>Penawaran eksklusif TikTok Shopping Center</p> <p>8.8 Tas Selempang Wanita DK Premium</p> <p>4.6/5 (707) 4102 terjual</p>
4.	Kemeja Pria	@jdfashion99	Rp.200 0-	 <p>XTRA Voucher Ongkir Produk Ukuran 1/8</p> <p>Rp2.000 Rp95.000 -98% Pilihan Favorit Diskon pelanggan pertama</p> <p>Penawaran eksklusif TikTok Shopping Center</p> <p>8.8 Kemeja Pria Lengan Panjang Terbaru</p> <p>4.5/5 (3.9K) 21.2K terjual</p> <p>Teratas · No.1 Sedang trending di Kemeja</p>

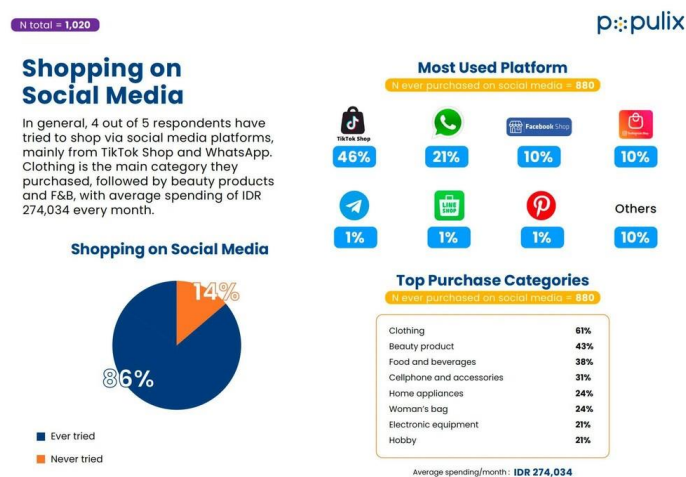
5.	Kemeja flannel wanita	@shaninakush op	Rp.200 0-	
6.	Merch kpop (Photocard)	@whtvr1204	Rp.100 -	
7.	Bergo Kerudung Wanita	@devt32	Rp.100 -	

Tabel 1. Daftar barang beserta harganya di Tiktok shop

Sumber : *Tiktok shop, Tiktok Apps*, diolah peneliti 2023

Jika dibandingkan dengan *e-commerce* lain yang posisinya sama – sama memiliki banyak peminat seperti misalnya Shopee dan Tokopedia, harga yang dibandrol dalam Tiktok shop masih relative lebih murah. Baik Shopee, Tokopedia, Lazada dan Tiktok shop dalam praktik bisnisnya sama – sama menawarkan berbagai potongan diskon harga pada produk yang

dijual di *platform* menggunakan voucher diskon, program *flash sale*, dan potongan ongkos pengiriman barang (gratis ongkir) namun Tiktok shop menjadi e – commerce yang paling murah diantara *platform* lainnya. Jika dalam *platform* e- commerce lain seperti misalnya Shopee, apabila kita menggunakan voucher gratis ongkir hanya akan mendapatkan potongan harga 50% atau 20% dari ongkir yang harus ditanggung adapun penentuan potongan harga ini ditentukan oleh jarak alamat toko dengan alamat konsumen, jika konsumen atau penjual berada di luar kota maka potongan gratis ongkir yang didapat hanya di kisaran 20%. Adapun hal tersebut menimbulkan dugaan adanya jual rugi atau *predatory pricing* yang mana hal tersebut dapat berakibat pada persaingan usaha tidak sehat.



Gambar 2⁸. Platform belanja online paling diminati

Sumber: Populix, diolah peneliti 2023

⁸ Populix, "Most Used Platforms," 2023, <https://info.populix.co/>.

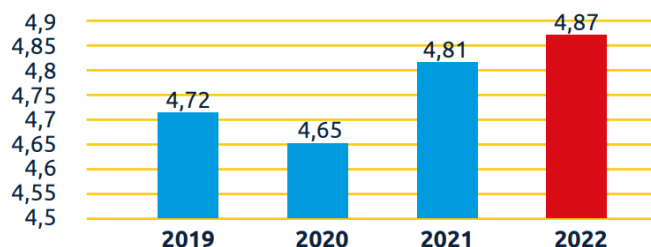
Persaingan usaha tidak sehat di Indonesia sendiri diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.⁹ Hal tersebut disebabkan perubahan yang ada hanya merubah perihal pelaksanaan dan keberatan putusan Komisi, serta mengenai penetapan sanksi administratif dan sanksi pidana, sehingga tetap menimbulkan tidak adanya rekognisi terhadap perkembangan ekonomi digital pada era saat ini, yang mengakibatkan munculnya tantangan baru terhadap persaingan usaha sehat di Indonesia mengenai layanan *e-commerce platform* sebagai bentuk ekonomi digital.¹⁰ Praktik persaingan usaha tidak sehat pun muncul sebagai tantangan yang disebabkan oleh bentuk aktivitas bisnis dari layanan *e-commerce platform* dan sifat bisnisnya yang cenderung terbuka atau *open market* sehingga sedikit menyulitkan dalam melakukan pengawasan terhadap aktivitas bisnis yang dijalankan.¹¹ Tantangan adanya praktik persaingan usaha tidak sehat pada *e-commerce platform* berbentuk adanya dugaan praktik jual rugi atau *predatory pricing* sebab tidak ada pengaturan terkait penetapan harga terhadap barang dan/atau jasa yang dijual pada *platform*. Selain itu, tantangan juga datang melalui adanya praktik penyalahgunaan posisi dominan karena tidak ada batasan modal maupun kekuatan ekonomi,

⁹ Hayati, "Analisis Tantangan dan Penegakkan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor e - Commerce Di Indonesia (*Analysis of Challenges and Law Enforcement of Business Competition in The E- Commerce Sector in Indonesia*)," *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21, no. 1 (2021): 109–22.

¹⁰ Putu Sudarma Sumadi, *Penegakkan Hukum Persaingan Usaha (Hukum Acara Persaingan Usaha)* (Sidoarjo: Zifatama Jawara,) hlm.278.

¹¹ Naufal Irkham Akhmad Farhan Nazhari, "Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing Dan Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Industri E-Commerce," *JURNAL PERSAINGAN USAHA* 3, no. 1 (2023).

sehingga memberikan kesempatan bagi pelaku usaha dengan kekuatan ekonomi besar untuk menguasai pasar bersangkutan.



Gambar 3¹². Tren indeks persaingan usaha

Sumber: Laporan tahunan KPPU-2022

Predatory pricing dalam perspektif hukum persaingan usaha diatur dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 yang mengatakan bahwa :

“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.” Dengan kata lain *predatory pricing* adalah kondisi pelaku usaha yang menetapkan harga di bawah nilai wajar untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek yang dikategorikan sebagai tindakan melanggar hukum persaingan usaha.¹³

Namun meskipun demikian, untuk mengetahui apakah Tiktok *shop* ini melakukan kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* tersebut

¹² KPPU, “Laporan Tahunan KPPU - 2022,” 2022, accessed September 19, 2023, <https://kppu.go.id/>.

¹³ Galuh Puspaningrum, *Hukum Persaingan Usaha (Perjanjian Dan Kegiatan Yang Dilarang Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia)* (Yogyakarta: Asjawa Pressindo, 2013) hlm.31-35.

memerlukan pengkajian yang lebih dalam lagi. Adapun dari aspek hukum persaingan usaha, perlu dilihat bagaimana strategi persaingan usaha yang dilakukan oleh Tiktok *shop* sehingga menjadi *platform* pendatang baru namun menjadi yang paling populer.

Cara penawaran produk dalam Tiktok shop pun cenderung lebih mudah dijangkau oleh pengguna sebab iklan produk tersebut akan muncul dalam beranda pengguna atau yang disebut dengan *fyp* dengan sendirinya, dan jika tertarik pengguna tinggal mengklik keranjang kuning yang tersedia. Tiktok shop juga sering menyediakan program yang memudahkan bagi para pelaku usaha juga konsumen yang menggunakan layanan *platform* tersebut, seperti misalnya program gratis ongkir, program potongan harga dari toko atau voucher toko dan voucher pengguna baru dimana voucher voucher tersebut bisa digunakan tanpa batas waktu. Dengan adanya Program-program tersebut, bisa dilihat bahwa tiktok shop sebagai pelaku usaha di sektor usaha penyedia *marketplace* melakukan jual rugi atau disebut *predatory pricing*.

Apabila hal tersebut terus menerus dilakukan oleh Tiktok shop maka akan berdampak pada konsumen yang lebih memilih marketplace tiktok shop dibandingkan marketplace lain, hal tersebut pun akan berdampak pada pelaku usaha di marketplace lain yang perlahan akan mulai mengalami kerugian atau bahkan tersingkir dari pasar bersangkutan karena tidak mampu bersaing dengan Tiktok shop dan menjadikan tiktok sebagai pelaku usaha dominan. Hal tersebut tentunya akan berdampak negative di

masa yang akan datang sebab pelaku usaha yang melakukan *predatory pricing* berpotensi menyalahgunakan kekuatannya menguasai pasar (*abuse market power*) dan menyalahgunakan posisi dominannya (*abuse dominant position*).¹⁴

Untuk mengetahui hal tersebut diperlukan kajian yang ditinjau dari perspektif hukum persaingan usaha. *Predatory Pricing* sebenarnya boleh dilakukan dengan alasan yang masuk akal (*Reasonable*) berdasarkan kajian hukum dan ekonomi. Prinsip dalam hukum persaingan usaha yaitu prinsip *rule of reason* dan *illegal per-se* akan menentukan diperbolehkan atau tidaknya perilaku *predatory pricing* tersebut.¹⁵ Maka dari itu berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PELAKSANAAN JUAL RUGI (*PREDATORY PRICING*) MARKETPLACE TIKTOK SHOP DIHUBUNGKAN DENGAN PASAL 20 UNDANG – UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT”**

B. Rumusan Masalah

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

¹⁴ Munir Fuady, *Hukum Anti Monopoli: Menyongsong Era Persaingan Sehat* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003) hlm.25-30.

¹⁵ Supianto, *Per Se Illegal Dan Rule of Reason Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm.10-20.

1. Bagaimana pelaksanaan Jual beli melalui *marketplace tiktok shop* yang dihubungkan dengan Pasal 20 Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?
2. Bagaimana kendala pengawasan yang dihadapi KPPU terhadap kegiatan jual rugi (*Predatory Pricing*) yang dilakukan oleh tiktok shop?
3. Bagaimana upaya terkait pengawasan yang telah dilakukan KPPU di *marketplace tiktok shop*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian penulis ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan jual beli rugi yang dilakukan oleh Tiktok shop dihubungkan dengan Pasal 20 Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 tentang larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat ;
2. Untuk mengetahui kendala yang dialami oleh KPPU dalam pengawasan terhadap kegiatan jual rugi di tiktok shop ;
3. Untuk mengetahui upaya pengawasan yang dilakukan KPPU di *marketplace Tiktok shop*, sehingga melakukan persaingan usaha yang wajar

D. Kegunaan Penelitian

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

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan serta informasi, juga diharapkan dapat dijadikan bahan pemikiran dan literature ilmiah yang penting bagi ilmu hukum khususnya mengenai hukum persaingan usaha terutama tentang Kegiatan *Predatory pricing* yang dilakukan oleh Tiktok shop dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

2. Secara Praktis

- a. Bagi pelaku usaha e- commerce, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha pemilik *platform* online marketplace lainnya sebagai penyedia marketplace untuk tidak melakukan *predatory pricing* yang dilarang oleh undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. dijadikan sebagai sumber informasi mengenai akibat hukum yang ditimbulkan apabila dalam penjualan tiket konsernya terdapat prestasi yang tidak terpenuhi.
- b. Bagi para pihak, diharapkan dapat mengambil manfaat agar mengetahui akibat hukum dari perilaku *predatory pricing* dalam menjalankan bisnis jual beli.

- c. Bagi konsumen e - commerce, bahwa perilaku *Predatory pricing* yang dilakukan oleh Tiktok shop memang menguntungkan dalam jangka pendek namun akan merugikan pada jangka waktu panjang.

E. Kerangka Pemikiran

Dalam sebuah penelitian hukum diperlukan adanya suatu kerangka konseptual dan landasan teoritis. Kerangka konseptual menguraikan beberapa teori atau pengertian yang kemudian digunakan sebagai dasar dari penelitian hukum dan pada landasan atau kerangka teoritis menguraikan sesuatu yang terdapat dalam teori sebagai suatu system aneka "*theore-ma*". William dan Mc Shane mengemukakan pendapatnya mengenai teori yaitu: "Pemikiran merupakan teori yang secara umum menjelaskan dua atau lebih fakta yang dihubungkan, oleh karena itu teori yang efektif ialah teori yang dapat membantu kita dalam memahami kenyataan (fakta) yang ada lebih benar."¹⁶

Hukum dapat dilihat sebagai alat *social engineering* atau *social planning* yang digunakan oleh agen perubahan untuk mengubah masyarakat sesuai dengan kehendak dan rencana. 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

¹⁶ Sudikno Mertokusumo dan A. Pitlo, *Bab-Bab Tentang Penemuan Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1933) hlm.121.

hukum. Selain pelebagaan hukum, penegakan hukum (*law enforcement*) juga perlu dilakukan sebagai bagian dari proses hukum yang meliputi pembuatan hukum, penegakan hukum, peradilan, serta administrasi keadilan.

Satjipto Rahardjo berpendapat bahwa penegakan hukum (*law enforcement*) melibatkan pelaksanaan hukum secara konkrit dalam kehidupan masyarakat. Setelah hukum dibuat, maka harus dilakukan pelaksanaan konkrit sehari-hari, yang disebut penegakan hukum. Namun, istilah lain yang digunakan termasuk penerapan hukum, *rechistoepassing* dan *rechtshandhaving* (Belanda), *law enforcement* dan *application* (Amerika). Penegakan hukum adalah tugas eksekutif dalam struktur kelembagaan negara modern, dilaksanakan oleh birokrasi eksekutif, yang disebut birokrasi penegakan hukum. Eksekutif dengan birokrasinya adalah bagian dari mata rantai untuk mewujudkan rencana yang tercantum dalam peraturan (hukum) sesuai dengan bidang-bidang yang ditangani (*welfare state*).

Dalam konteks penegakan hukum di Indonesia, Satjipto Rahardjo berpendapat bahwa umumnya kita masih terikat pada cara penegakan hukum yang konvensional, termasuk budaya. Hukum yang diterapkan memiliki sifat liberal dan memiliki budaya liberal yang hanya menguntungkan beberapa orang yang berada di atas "penderitaan" banyak orang. Untuk mengatasi ketidakseimbangan dan ketidakadilan ini, kita dapat mengambil langkah tegas (*affirmative action*). Langkah tegas ini

melibatkan menciptakan budaya penegakan hukum yang berbeda, yaitu budaya kolektif. Mengubah budaya individual menjadi kolektif dalam penegakan hukum memang bukan hal yang mudah.

Negara Indonesia termasuk dalam tipe negara kesejahteraan, hal ini dapat dilihat dalam pembukaan alinea ke- 4 UUD NRI 1945 yang merupakan kesepakatan luhur (*modus vivendi*) para pendiri bangsa Indonesia bahwa salah satu cita hukum negara Indonesia (*rechtside*) adalah memajukan kesejahteraan sosial. Memajukan kesejahteraan umum sangat erat kaitanya dengan konsep negara kesejahteraan (*welvaartsstaat*, *Welfare State*). Menurut Krenenburg yang dimaksud dengan negara kesejahteraan (*welvaartsstaat*, *Welfare State*) adalah negara bukan hanya untuk penguasa atau golongan tertentu tetapi untuk mensejahterkan seluruh rakyat dalam negara.¹⁷ Pendapat Krenenburg salah satunya didasari oleh kepentingan ekonomi pada abad ke 19, dimana bisnis, perdagangan dan pertanian hanya dikuasai oleh segelintir orang, yaitu kaum bangsawan sehingga terjadi kesenjangan ekonomi.

Dengan demikian dalam konsep negara kesejahteraan negara dituntut hadir dalam bidang ekonomi dan tentunya dituntun untuk hadir juga dalam semua sendi kehidupan masyarakat. Tujuannya adalah untuk mewujudkan tujuan dari konsep negara kesejahteraan yaitu untuk mensejahterkan rakyat, melalui peran serta langsung dalam kegiatan-

¹⁷ Isrok dan Dhia Al-Uyun, *Ilmu Negara (Berjalan Dalam Dunia Abstrak)* (Malang: UB Press, 2010) hlm.37.

kegiatan kehidupan bermasyarakat. Dalam konsep negara kesejahteraan, negara memiliki peranan yang sangat penting untuk mewujudkan kesejahteraan untuk rakyatnya, bahkan masyarakat secara umum dapat memperoleh kesejahteraan atau tidak tergantung dari peranan negara dalam mewujudkan kesejahteraan.

Muchsan mengemukakan ciri-ciri negara hukum kesejahteraan menurutnya yaitu, Negara bertujuan mensejahterakan kehidupan warganya secara merata, dan negara dituntut untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan seluas-luasnya kepada masyarakat. Tanpa pelayanan yang baik dan merata mustahil akan terwujud kesejahteraan pada kehidupan masyarakat.¹⁸ Sehubungan dengan ciri- ciri tersebut maka ada dua gejala yang pasti muncul dalam negara kesejahteraan, yakni Pertama campur tangan pemerintah terhadap aspek kehidupan masyarakat sangat luas dan Kedua dalam pelaksanaan fungsi pemerintah sering digunakan asas diskresi. Intervensi pemerintah terhadap aspek kehidupan masyarakat ini dituntut demi terciptanya kesejahteraan masyarakat yang melakukan bukan kesejahteraan menurut konsepsi liberal. Dengan adanya campur tangan ini, dapat dihindari terjadinya *free fight liberalism*, yang hanya akan menguntungkan pihak yang kuat saja”

Negara Kesejahteraan atau *welfare state* disebut juga “negara hukum modern.” Tujuan pokoknya tidak saja terletak pada pelaksanaan

¹⁸ Muchsan, *Sistem Pengawasan Terhadap Perbuatan Pemerintah Dan Peradilan Tata Usaha Negara Di Indonesia* (Yogyakarta: Liberty, 1992) hlm. 25.

hukum semata, tetapi juga mencapai keadilan sosial (*social gerechtigheid*) bagi seluruh rakyat. Konsepsi negara hukum modern menempatkan eksistensi dan peranan negara pada posisi kuat dan besar. Kemudian konsepsi negara demikian ini dalam berbagai literatur disebut dengan bermacam-macam istilah, antara lain negara kesejahteraan (*welfare state*) atau negara memberi pelayanan kepada masyarakat (*social service state*) atau negara melakukan tugas servis publik.

Di Indonesia pengaturan mengenai persaingan usaha diatur dalam Undang – undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Persaingan usaha merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh para pelaku usaha demi memperoleh pembeli bagi produk yang di jualnya yang dilakukan dengan menekan harga, diferensiasi produk, promosi, pelayanan purna jual, dan lain sebagainya. Dalam Pasal 1 huruf F Undang – undang Nomor 5 tahun 1999 mendefinisikan Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.¹⁹

Kegiatan persaingan usaha yang sehat adalah suatu kondisi dimana kondisi pasar berjalan sehat bagi konsumen maupun pelaku usaha. Persaingan usaha yang sehat akan menimbulkan suatu dorongan untuk

¹⁹ Pasal 1 huruf F Undang – undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

meningkatkan suatu efisiensi, efektivitas, dan produktivitas yang maksimal.²⁰ Selain itu, persaingan usaha yang sehat akan berdampak pada perkembangan pembangunan perekonomian yang memiliki tujuan untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Akibat dari adanya persaingan usaha yang sehat tersebut ialah konsumen mendapatkan keuntungan dan manfaat berupa berbagai pilihan harga dan produk. Sedangkan, pelaku usaha mendapatkan pasar yang menguntungkan.

Predatory Pricing sendiri atau Jual rugi merupakan suatu kegiatan dimana seorang pelaku usaha menetapkan harga di bawah nilai wajar untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek yang dikategorikan sebagai tindakan melanggar hukum persaingan usaha.²¹ *predatory pricing* ini juga ditimbulkan dari hasil perang harga tidak sehat diantara para pelaku usaha dengan maksud merebut pasar, sebab dengan ditawarkannya harga yang sangat rendah dibandingkan dengan pelaku usah lain maka tentu saja konsumen akan memilih harga yang lebih rendah.²² Jual rugi ini ialah cara yang dilakukan pelaku usaha dengan cara menetapkan harga di bawah biaya produksi dengan tujuan untuk menyingkirkan pesaingnya.

Pelaku usaha dalam pasar persaingan sempurna hanya bertindak sebagai *price taker* dan tidak bertindak secara *price marker*. Kedua, pelaku usaha menghasilkan barang atau jasa yang benar-benar sama (*product*

²⁰ Simbolon Alum, *Hukum Persaingan Usaha (Edisi Kedua)* (Yogyakarta: Liberty, 2018) hlm.37.

²¹ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013) hlm. 60.

²² Hermansyah., *Pokok-Pokok Persaingan Usaha Di Indonesia*. (Jakarta: Kencana, 2008) hlm.41 - 49.

homogeneity). Pelaku usaha kemudian memiliki kebebasan untuk masuk ataupun keluar dari pasar (*perfect mobility of resources*). Keempat, konsumen dan pelaku usaha memiliki informasi yang sempurna (*perfect information*) mengenai berbagai hal seperti kesukaan (*preferences*), tingkat pendapatan, biaya dan teknologi yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa.²³

Transformasi digital dalam bentuk layanan e-commerce *platform* di era ini menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi perdagangan karena dilaksanakan secara digital berbasis aplikasi. Selain memberikan kemudahan, berbagai *platform* e-commerce juga berlomba untuk memberikan layanan transaksi perdagangan terbaik yang dapat dinikmati konsumen, termasuk tindakan pelaku usaha dari layanan e-commerce *platform* dalam menawarkan berbagai potongan diskon harga pada produk yang dijual di *platform* menggunakan voucher diskon, program flash sale, dan potongan ongkos pengiriman barang (gratis ongkir). Meninjau pada berbagai tindakan bisnis tersebut, erat kaitannya dengan persaingan usaha di Indonesia, yaitu terbentuknya lingkup pelaksanaan persaingan usaha yang baru dalam industri digital.

Namun dibalik kemudahan yang ditawarkan terdapat tantangan tersendiri terhadap kegiatan persaingan usaha yang bisa saja mengarah pada persaingan usaha tidak sehat. Dalam market place e – commerce

²³ H Juwana, “Sekilas Tentang Hukum Persaingan Dan UU No 5 Tahun 1999.,” *Jurnal Magister Hukum, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta* 1, no. 1 (1999): 30–31.

praktik persaingan usaha tidak sehat yang bisa timbul disebabkan oleh bentuk aktivitas bisnis layanan e-commerce *platform* dan sifat bisnis yang open market sehingga mempersulit dalam melakukan pengawasan terhadap aktivitas bisnis yang dijalankan. Tantangan adanya praktik persaingan usaha tidak sehat dalam e-commerce *platform* berbentuk dugaan praktik jual rugi atau *predatory pricing* karena tidak adanya pengaturan terkait penetapan harga terhadap barang dan/atau jasa yang dijual pada *platform*.²⁴

Selain *predatory pricing*, praktik penyalahgunaan posisi dominan pun menjadi tantangan berikutnya sebab tidak ada batasan modal maupun kekuatan ekonomi, sehingga memberikan kesempatan bagi pelaku usaha yang memiliki kekuatan ekonomi besar untuk menguasai pasar bersangkutan meskipun terdapat sifat *open market* yang membuat tidak terbatasnya pelaku usaha yang dapat memasuki pasar bersangkutan e-commerce.²⁵ Namun untuk menentukan apakah kegiatan pelaku usaha tersebut merupakan sebuah perilaku persaingan usaha tidak sehat diperlukan pendekatan serta pengkajian yang lebih dalam lagi. Untuk memastikan perilaku *Predatory pricing* yang dilakukan termasuk ke dalam *Predatory pricing* yang dilarang atau diperbolehkan perlu dilakukan pengkajian dengan mengacu pada unsur-unsur *Predatory pricing* yang

²⁴ Hayati, "Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor e - Commerce Di Indonesia (*Analysis of Challenges and Law Enforcement of Business Competition in The E- Commerce Sector in Indonesia*)."

²⁵ Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha, Edisi Kedua* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004) hlm. 78.

terdapat dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.²⁶

Selanjutnya selain mengacu pada undang – undang juga diperlukan pengkajian menggunakan Pendekatan *Rule of reason* yaitu pendekatan yuridis yang digunakan untuk mengkaji perilaku *Predatory pricing* dengan cara melihat alasan dari pelaku usaha yang melakukan kegiatan tersebut.²⁷ Yang pertama kali dilihat ialah apakah si pelaku usaha melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dan harga yang ditetapkannya 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.²⁸

Akan tetapi, apabila mengacu pada Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah belum tentu dilarang dan belum tentu termasuk ke dalam *predatory pricing*. Perbuatan tersebut dapat dikatakan pelanggaran dalam persaingan usaha apabila memiliki tujuan

²⁶ A Fahmi Lubis, *Hukum Persaingan Usaha, Edisi Kedua* (Jakarta: KPPU, 2017) hlm.10 .

²⁷ Supianto, *Per Se Illegal Dan Rule of Reason Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. hlm. 15

²⁸ I. dewa. Diah Rumika Dewi, N. luh putu, Made Suartha, “Penerapan Pendekatan Rules of Reason Dalam Menentukan Kegiatan Predatory Pricing.,” *Journal Ilmu Hukum* 05, no. 02 (2017): 1–6.

menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat.²⁹ Sebab tidak semua perbuatan jual rugi memiliki tujuan untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya. Ada kemungkinan yang wajar bahwa hal tersebut dilakukan, seperti untuk strategi promosi suatu produk, atau untuk promo cuci gudang karna barang sudah lama atau mendekati tanggal kadaluwarsa, dan sebagai strategi mengurangi kerugian akibat *sunk cost* atau kerugian akibat produk yang tidak terjual.

F. Langkah – langkah Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian tentunya memerlukan langkah – langkah seperti Metode penelitian, Sumber Data, Jenis Data, Teknik Pengumpulan Data, Pengumpulan dan Pengolahan Data.

1. Metode 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 jenis penelitian yang tujuannya untuk mendeskripsikan atau menjabarkan fenomena yang ada, baik fenomena alami maupun fenomena buatan manusia yang meliputi aktivitas, karakteristik,

²⁹ KPPU, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing)* (Jakarta: KPPU, 2009) hlm.29.

perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena satu dengan fenomena lain.³⁰

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 tiktok shop dimana tiktok melabeli produk yang mereka jual 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.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menganalisis permasalahan hukum dengan menggunakan metode penelitian *yuridis empiris*. Penelitian *yuridis-empiris* merupakan penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara langsung pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat³¹. Dalam pendekatan *yuridis-empiris* yang meneliti tentang Pelaksanaan jual rugi (*predatory pricing*) *marketplace tiktok shop* dihubungkan dengan pasal 20 Undang – undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik dan Persaingan usaha tidak sehat dimana pada

³⁰ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2005). hlm.35-40.

³¹ Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif Dan Hukum Empiris* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010) hlm. 66.

pelaksanannya yang dilakukan oleh tiktok shop tidak sesuai dengan apa yang tercantum dalam undang – undang tersebut.

3. Sumber dan Jenis Data

1. Sumber Data

a. Sumber data Primer

Sumber data primer atau Sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersumber pada hasil wawancara di Lembaga KPPU KANWIL 3 Kota Bandung dengan narasumber Bapak Yuli Asianto selaku kepala staff administrasi KPPU KANWIL 3 Kota Bandung dan Bapak Mansyur selaku salah satu pegawai KPPU KANWIL 3 Kota Bandung terkait kasus persaingan usaha tidak sehat sebagai salah satu cara pengumpulan data untuk meminta kepada narasumber terkait informasi untuk dijadikan sebagai landasan penelitian ini. Wawancara diperoleh dari lokasi penelitian yaitu Kantor Pengawas Persaingan Usaha KANWIL III Bandung di Jalan Merdeka No 18 – 21, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung.

b. Sumber Data Sekunder

Penulis menggunakan data sekunder yang dapat menjelaskan mengenai data primer dan juga sebagai data penunjang penelitian ini bersumber pada literatur ilmiah seperti buku – buku, bahan hukum, jurnal ilmiah, internet, dan

sumber ilmiah lainnya yang dapat menunjang atau melengkapi penelitian ini. Bahan hukum yang dijadikan sebagai data sekunder oleh penulis dalam penelitian ini yaitu melalui bahan hukum positif di Indonesia serta peraturan perundang – undangan yang mengikat:

1. Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945
2. Undang – Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat
3. Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20
4. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan 18 Usaha Tidak Sehat
5. Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 Tata Cara Penanganan Perkara di Komisi Pengawas Persaingan Usaha

c. Sumber Data Tersier

Sumber data tersier merupakan data yang menjelaskan mengenai sumber data primer dan sumber data sekunder seperti misalnya kamus, ensiklopedia, internet dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif. Yang mana data kualitatif merupakan data yang dikumpulkan berupa jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan mengenai masalah yang telah dirumuskan dan menjadi tujuan. Dalam hal ini mengenai analisis pelaksanaan jual rugi (*predatory pricing*) yang dilakukan oleh *marketplace Tiktok shop*.

3. 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, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penulis mengajukan beberapa pertanyaan kepada pihak-pihak terkait yang ada hubungannya dengan objek yang diteliti. Dalam hal ini penulis mewawancarai beberapa narasumber di kantor pengawas persaingan usaha Bandung.
 2. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat dan mengamati objek dari

permasalahan. Penulis melakukan observasi di Kantor Pengawas Persaingan Usaha KANWIL III Bandung.

3. Studi Dokumen, yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20 dan Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan 18 Usaha Tidak Sehat.
 - b. Studi kepustakaan, pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan yang mana metode ini dilakukan dengan mencari sumber – sumber yang berkaitan atau relevan seperti misalnya melalui buku – buku hukum, jurnal, ensiklopedia yang sesuai dengan tema yang penulis bahas.

4. Teknik Analisis Data

Tahapan berikutnya yang akan penulis gunakan dalam mencari jawaban untuk mendapatkan kesimpulan dalam penelitian ini ialah metode analisis data. Penelitian ini menggunakan penelitian empiris yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari lapangan atau pengalaman melalui penemuan, percobaan, atau pengamatan. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi sosial suatu unit

sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Objek kajian dalam penelitian empiris adalah fakta social yang mana dalam penelitian ini objeknya ialah *marketplace Tiktok shop* dan KPPU. Penelitian empiris digunakan untuk menganalisis hukum yang dilihat sebagai perilaku masyarakat yang berpola dalam kehidupan masyarakat yang selalu berinteraksi dan berhubungan dalam aspek kemasyarakatan.

5. Lokasi Penelitian

a. Penelitian Kepustakaan

- 1) Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Jalan A.H Nasution Nomor 105 Cibiru, Bandung.
- 2) Perpustakaan Daerah Provinsi Jawa Barat (DISPUSIPDA JABAR), Jalan Kawalayaan Indah II No.4 Soekarno Hatta Bandung.
- 3) Kantor Pengawas Persaingan Usaha KANWIL III, Jalan Merdeka No 18 – 21, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung.

G. Tinjauan Pustaka

Sebelum melakukan penelitian ini, penulis melakukan penelusuran kepustakaan melalui berbagai referensi terlebih dahulu seperti buku, artikel, makalah, internet, media sosial serta banyak sumber lainnya yang relevan dengan tema yang diangkat. 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 dalam tabel dibawah ini:

No.	Penelitian Terdahulu	Unsur Pembeda
1	Artikel penelitian oleh Akhmad Farhan Nazhari dan Naufal Irkham yang berjudul Analisis Dugaan Praktik <i>Predatory Pricing</i> dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri E-Commerce, Jurnal Persaingan Usaha Volume 3 Nomor 1 tahun 2023	Artikel tersebut membahas mengenai adanya dugaan praktik <i>predatory pricing</i> dan/atau penyalahgunaan posisi dominan, serta tantangan pengawasan persaingan usaha oleh KPPU berdasarkan Undang – undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat sedangkan peneliti membahas mengenai dugaan praktek jual rugi pada e – commerce tiktok shop
2	Skripsi oleh Adiwidya Imam Rahayu yang berjudul Dugaan Praktik Jual Rugi (<i>Predatory</i>	Artikel tersebut membahas mengenai dugaan Praktik Jual Rugi (<i>Predatory Pricing</i>) dalam

	<p><i>Pricing</i>) dalam industry telekomunikasi di Indonesia ditinjau dari Undang – undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat</p>	<p>industry telekomunikasi di Indonesia. Sedangkan peneliti membahas terkait dugaan Praktik Jual Rugi (<i>Predatory Pricing</i>) dalam e – commerce tiktok shop.</p>
3	<p>Artikel oleh Alem Savier, DR. Teddy Prima Anggriawan S.H., S.Sos., M.Kn Aldira Mara Ditta Caesar Purwanto S.H., M.H. yang berjudul Fenomena <i>Predatory Pricing</i> Dalam Persaingan Usaha Di E Commerce (Studi Kasus Antara Penetapan Tarif Bawah Antara Aplikasi Indrive Dan Gojek</p>	<p>Artikel tersebut membahas mengenai dugaan Praktik Jual Rugi (<i>Predatory Pricing</i>) dalam e – commerce Indrive dan Gojek. Sedangkan peneliti membahas terkait dugaan Praktik Jual Rugi (<i>Predatory Pricing</i>) dalam e – commerce tiktok shop.</p>

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah memberikan gambaran yang wajar dan nonstop serta tidak memunculkan berbagai terjemahan. Sistematika penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal skripsi mencakup halaman sampul depan, halaman judul, halaman pengesahan, motto dan persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi

Bagian isi skripsi mencakup 4 (empat) bab, yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan serta penutup.

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Kegunaan Penelitian
- E. Kerangka Pemikiran
- F. Langkah-langkah Penelitian
- G. Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORITIS

- A. Tinjauan Umum Tentang Persaingan Usaha
- B. Tinjauan Umum Tentang Persaingan Usaha Tidak Sehat
- C. Tinjauan Umum Tentang *Predatory Pricing*

- D. Tinjauan Umum Tentang Tiktok dan Tiktok shop
- E. Tinjauan Umum Tentang *Marketplace E-commerce* di Indonesia

BAB III PEMBAHASAN

- A. Pelaksanaan jual beli oleh Tiktok shop dihubungkan dengan pasal 20 Undang – undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak sehat.
- B. Pengawasan yang dilakukan oleh KPPU terhadap Marketplace Tiktok shop serta kendalanya yang dialami KPPU dalam pelaksanaan upaya pengawasan terhadap praktek Jual rugi dalam marketplace Tiktok shop.

BAB IV PENUTUP

- C. Kesimpulan
- D. Saran