

**PRAKTIK *PREDATORY PRICING LIVE* TIKTOK SHOP
BERDASARKAN UNDANG – UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999
TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN
USAHA TIDAK SEHAT**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM
ILMU HUKUM**

OLEH :

MIFTAQHUL NUR KHASANAH

19103040132

PEMBIMBING :

FAISAL LUQMAN HAKIM, S.H., M.Hum.

**PRODI ILMU HUKUM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2023



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miftaqhul Nur Khasanah
NIM : 19103040132
Prodi : Ilmu Hukum
Fakultas : Fakultas Syari'ah dan Hukum

Menyatakan bahwa naskah skripsi saya yang berjudul: *"Praktik Predatory Pricing Live Tiktok Shop Berdasarkan Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat"* secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya pribadi kecuali pada bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 14 Agustus 2023



Miftaqhul Nur Khasanah
NIM 19103040132

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



FM-UINSK-BM-05-03/R0

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi / Tugas Akhir
Lamp :

Kepada
Yth.
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Miftaqhul Nur Khasanah

NIM :19103040132

Judul Skripsi : Praktik Predatory Pricing Live Tiktok Shop Berdasarkan Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Ilmu Hukum

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 14 Agustus 2023

Pembimbing

Faisal Luqman Hakim, S.H., M.Hum.

NIP 19790719 200801 1 012



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1015/Un.02/DS/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : PRAKTIK *PREDATORY PRICING LIVE* TIKTOK SHOP BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MIFTAQHUL NUR KHASANAH
Nomor Induk Mahasiswa : 19103040132
Telah diujikan pada : Selasa, 22 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Faisal Luqman Hakim, S.H., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 64e8e8062ac00



Penguji I

Iswantoro, S.H., M.H.
SIGNED

Valid ID: 64e89362e0293



Penguji II

Dr. Wardatul Fitri, M.H.
SIGNED

Valid ID: 64e89c8ba9b1e



Yogyakarta, 22 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 64ec3b62dce4e

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini, teknologi sangat memberikan manfaat yang sangat besar di berbagai sendi kehidupan karena memberikan berbagai dampak yang positif untuk meningkatkan kualitas di masing-masing aspek yang tentunya berkaitan dengan kehidupan manusia di era globalisasi yang mayoritas lebih banyak membutuhkan internet, seperti yang kita ketahui bahwasanya saat ini telah banyak munculnya perusahaan yang menggunakan kemajuan teknologi berbasis *E-Commerce* salah satunya yakni TikTok yang merupakan sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik dari Tiongkok. Dalam usaha memperkenalkan fitur Tiktok Shop yang banyak diminati pengguna, TikTok juga berusaha untuk menyediakan beberapa diskon sekaligus promo besar-besaran yang harganya jauh dibawah harga normal/hargapasar (*Predatory Pricing*). Biasanya potongan harga secara drastis dilakukan pada saat *seller* melakukan *Live* dan dianggap berdampak pada persaingan usaha, dari pernyataan inilah peneliti tertarik untuk membahas praktik banting harga pada *Live* Tiktok Shop ditinjau berdasarkan Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan data yang diperoleh dari melakukan wawancara dan studi kepustakaan. Penelitian ini bersifat deskriptif analitis dengan menggunakan pendekatan perundang – undangan (*Statue approach*). Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara merangkum data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan akan dilengkapi dari sumber lainnya, seperti buku, artikel, jurnal, dan lain sebagainya sebagai penunjang dari hasil wawancara tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa banting harga yang dilakukan oleh Fashionable525_ dengan cara *Live* dan memberikan harga yang lebih rendah dari harga pasar belum bisa dikatakan sebagai *Predatory Pricing*, karena sebagian dari unsur yang telah tercantum dalam Pasal 20 Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak semuanya terpenuhi, dan pengaruh adanya praktik banting harga yang dilakukan oleh Fashionable525_ didasari 4 faktor, antara lain mendapat harga borongan, menarik minat pembeli, meningkatkan penjualan dengan strategi *quantity* dan juga strategi guna mencapai keuntungan.

Kata Kunci : *Predatory Pricing, Persaingan Usaha , Banting Harga*

ABSTRACT

In the current era of globalization, technology provides enormous benefits in various aspects of life because it provides various positive impacts to improve quality in each aspect which is of course related to human life in the era of globalization where the majority need the internet more. As we know, there are currently many companies that use E-Commerce-based technological advances, one of which is TikTok, which is a social network and music video platform from China. In an effort to introduce the Tiktok Shop feature that is of great interest to users, TikTok is also trying to burn money by providing several discounts as well as massive promos whose prices are far below normal prices/market prices (Predatory Pricing). Usually, drastic price discounts are carried out when sellers go live and are considered to have an impact on business competition. It is from this statement that researchers are interested in discussing the practice of slashing prices at the Live Tiktok Shop in terms of Law No. 5 of 1999.

This research is a qualitative research with data obtained from conducting interviews and literature studies. This research is descriptive analytical using a statutory approach (Statue approach). Data analysis in this study was carried out by summarizing the data that had been obtained from the results of the interviews and would be supplemented by other sources, such as books, articles, journals, and so on to support the results of the interviews.

The results of the study show that the discounted price carried out by Fashionable525_ by means of Live and providing a lower price than the market price cannot be said to be predatory pricing, because some of the elements listed in Article 20 of Law Number 5 of 1999 are not all fulfilled, and the effect of the practice of slashing prices carried out by Fashionable525_ is based on 4 factors, including getting wholesale prices, attracting buyers, increasing sales with a quantity strategy and also strategies to achieve profits.

Keywords: *Predatory Pricing, Business Competition, Lower Prices*

MOTTO

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi, tak ada mimpi yang patut untuk diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan.”

- Maudy Ayunda



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan :

Pertama, untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga saat ini dapat menyelesaikan perkuliahan.

Kedua, untuk orang tua tercinta (Bapak Makruf & Ibu Mariyam) yang senantiasa memberikan doa serta limpahan kasih sayang yang tak ternilai dan adik saya (Itsna Khoirotun Nafisah) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ،

نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَّا

بَعْدُ

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Praktik *Predatory Pricing* Live Tiktok Shop Berdasarkan Undang – Undang Nomor 9 Tahun 1999”**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus – tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Prof. Dr. Drs. K.H. Makhrus, S.H., M.Hum. selaku dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Ach. Tahir, S.H.I., S.H., LL.M., M.A. selaku Ketua Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga beserta jajarannya.

4. Bapak Faiq Tobroni, M.H. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Faisal Luqman Hakim, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang saya banggakan.
8. Kepada diri sendiri yang mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
9. Kedua Orang Tua saya (Bapak Makruf & Ibu Mariyam), orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tidak henti – hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi, Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, Terimakasih untuk semuanya berkat doa dan dukungan Bapak dan Ibu saya bisa

berada di titik ini. Sehat selalu dan Hiduplah lebih lama lagi Bapak & Ibu harus selalu ada disetiap perjalanan & pencapaian hidup saya, Iloveyou more

10. Saudara Kandungku, Itsna Khoirotun Nafisah, terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, sudah menjadi pendengar yang baik untuk segala keluh kesah penulis. Terimakasih atas semangat, doa, support serta cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
11. Kepada pemilik nim 19423091 sebagai patner spesial saya, terimakasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, yang menemani meluangkan waktunya, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan dan memberi semangat untuk terus maju tanpa kenal kata menyerah dalam segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian saya.
12. Kepada pemilik usaha Fashionable525_, Nisacollection, Batikmalioboro01, dan Abcollection, yang telah membantu berjalannya penelitian ini, penulis ucapkan terimakasih banyak.
13. Sahabat – sahabat saya yang saya cintai dan saya banggakan Zeni, Syada, Mahya, dan Ghina yang senantiasa mensupport dan memberikan semangat.
14. Teman – teman KKN 108 Desa Drono Klaten (Dina, Salma, Ikma, Ica, Sarti, Ihsan, Adha, Kemal, Haris) yang telah memberikan pengalaman serta dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.

15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka dengan ganti yang berlipat. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat, tambahan informasi dan pengetahuan bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 29 Juli 2023

Penyusun



Miftaqhul Nur Khasanah

NIM 19103040132



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Dan Kegunaan.....	5
D. Telaah Pustaka	7
E. Kerangka Teori.....	9
F. Metode Penelitian.....	16
G. Sistematika Pembahasan	19
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG HUKUM PERSAINGAN USAHA DAN JUAL RUGI (<i>PREDATORY PRICING</i>).....	21
A. Hukum Persaingan Usaha	21
1. Pengertian.....	21
2. Jenis.....	23
3. Aspek	36
B. Jual Rugi (<i>Predatory Pricing</i>).....	37
1. Pengertian.....	37
2. Konsep Jual Rugi	42
3. Batasan Ketentuan Penetapan Harga Jual	43
4. Dampak	47

BAB III PRAKTIK <i>PREDATORY PRICING</i> KHUSUS BERKAITAN DENGAN BARANG LIVE TIKTOK SHOP	50
A. Ruang Lingkup Dan Pengertian Tiktok Shop	50
B. Produk Dan Layanan Tiktok Shop.....	55
BAB IV ANALISIS PRAKTIK BANTING HARGA <i>LIVE TIKTOK SHOP</i> BERDASARKAN UNDANG – UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT	65
A. Analisis Praktik Banting Harga Live Tiktok Shop Ditinjau Berdasarkan Perspektif <i>Predatory Pricing</i> Dalam Undang – Undang No. 5 Tahun 1999	65
B. Faktor Yang Mempengaruhi Adanya Praktik Banting Harga dan Sejenisnya Yang Berpotensi Terindikasi <i>Predatory Pricing</i> dan Melanggar Undang – Undang No. 5 Tahun 1999	77
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	xcii
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	xcii
CURICULUM VITAE.....	xciii

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, teknologi sangat memberikan manfaat yang sangat besar di berbagai sendi kehidupan karena memberikan berbagai dampak yang positif untuk meningkatkan kualitas di masing-masing aspek yang tentunya berkaitan dengan kehidupan manusia di era globalisasi yang mayoritas lebih banyak membutuhkan internet. Tentunya, adanya dominasi dalam hal penggunaan internet ini memiliki dampak hingga pada aspek bisnis karena fungsi internet dalam hal bisnis itu sendiri yakni untuk pemasaran, penjualan, hingga pelayanan jasa konsumen. Hal ini memberikan akibat bahwasanya internet sendiri telah beroperasi dan memiliki kerja sama secara *virtual* yang dapat *support* pelaku bisnis baik dari pengembangan produk, proses produksi, pemasaran, hingga pemeliharaan.¹ Kegiatan usaha yang dilakukan di internet ini dinamakan dengan *e-commerce*. Menurut pendapat Mcleod *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi yang menggunakan komputer dalam proses pelaksanaan bisnisnya. Berdasarkan definisi

¹ Eko Bambang Turisno, "Etika Bisnis Dalam Hubungannya Dengan Transformasi Global Dan Hukum Kontrak Serta Perbuatan Melawan Hukum," *Jurnal Masalah – Masalah Hukum*, 2011

tersebut dapat disimpulkan bahwasanya segala proses transaksi jual beli yang dilakukan di internet merupakan *e-commerce*.²

Seperti yang kita ketahui bahwasanya saat ini telah banyak munculnya perusahaan yang menggunakan kemajuan teknologi berbasis *E-Commerce* salah satunya yakni TikTok yang merupakan sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik dari Tiongkok. Pada awalnya di tahun 2018, kehadiran TikTok di Indonesia ditentang oleh Kemenkominfo karena diduga banyak terjadi laporan yang kurang baik tentang aplikasi ini seperti berbagai macam konten yang kurang pantas ditonton oleh anak-anak. Akan tetapi, akibat adanya pandemi dari tahun 2020 hingga saat ini eksistensi TikTok justru berkembang secara drastis di Indonesia karena banyak orang yang memunculkan video kreatif di TikTok. Pada awal pandemi tahun 2020 jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 37 juta pengguna yang kemudian berkembang pada tahun 2021 jumlah pengunanya mencapai 92,2 juta pengguna. Akibat perkembangan ini membuat TikTok menghadirkan fitur berbelanja didalamnya yang dinamakan TikTok Shop. TikTok Shop ini merupakan sarana berbisnis yang dipadukan kedalam sebuah konten yang menarik.

Dalam usaha untuk memperkenalkan fitur TikTok Shop, TikTok sangat gencar melakukan *event* yang berkolaborasi dengan berbagai *content creator* dan *influencer* TikTok seperti Nagita Slavina dalam acara

² McLeod, *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm 302

live shopping. Agar diminati oleh banyak pengguna, TikTok juga berusaha untuk menyediakan beberapa diskon sekaligus promo besar-besaran yang harganya jauh dibawah harga normal/hargapasar. Biasanya potongan harga secara drastis dilakukan pada saat *seller* melakukan *Live TikTok Shop*. Dibalik pemberian harga diskon secara besar-besaran, bagi penulis hal tersebut dapat memunculkan sebuah persoalan yakni adanya praktik *predatory pricing* (kata lainnya yakni jual rugi) yang dianggap berdampak pada persaingan usaha antar sesama penjual. Pada aspek persaingan usaha, para pelaku usaha diwajibkan untuk menjunjung tinggi tindakan yang layak dan sesuai dengan etika bisnis agar melahirkan persaingan yang sehat dan adil dengan tidak menghalalkan berbagai cara untuk menjatuhkan lawan bisnis.³

Dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah diatur peraturan terkait dengan persaingan usaha sehat. Apabila melihat konteks pemotongan harga besar-besaran yang dilakukan oleh TikTok Shop dalam *Live TikTok* tertuang dalam Pasal 20 yang berbunyi “pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jualbeli atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar

³ Rezmia, Febrina, “Dampak Kegiatan Jual Beli (*Predatory Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha,” *Jurnal Selat*, 2017

bersangkutan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”⁴ Pada Pasal tersebut menunjukkan bahwasanya pelaku usaha tidak boleh menjual produknya dengan cara memberikan harga yang jauh dibawah harga pasar (*predatory pricing*) untuk melindungi posisi dominan di pasar dan menghindari kompetitor lain untuk masuk dalam persaingan pasar.

Pada penelitian ini, penulis melakukan studi kasus pada salah satu *seller TikTokShop* yang melakukan pemotongan harga besar-besaran di *Live TikTok* dan dikomparasikan dengan beberapa *seller* di *e-commerce* lain yakni *Shopee* yang menjual produk yang serupa dengan harga lebih tinggi. Studi kasus yang akan digunakan yakni antara *Fashionable525_* sebagai *seller* *TikTok Shop* dengan *Batikmalioboro01*, *Abcollection19* dan *Nisacollection29* sebagai *seller* *Shopee*. Ketiga *seller* tersebut dijadikan penelitian oleh penulis karena memiliki produk yang serupa yakni menjual berbagai macam celana pendek. Pada keempat *seller* tersebut memiliki perbedaan dalam segi harga khususnya pada *Fashionable525_* sendiri. Mereka melakukan praktik diskon besar-besaran dengan mematok berbagai macam pakaian dengan kisaran harga Rp.12.000 hingga Rp. 15.000. Sedangkan untuk *Batikmalioboro01*, *Abcollection19* dan *Nisacollection29* mereka mematok harga dari Rp. 17.000 hingga Rp. 22.000. Hal ini peneliti bandingkan dengan Putusan

⁴ Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 20

Nomor 03/KPPU-L/2020 tentang perkara pelanggaran praktek jual rugi atau penetapan harga sangat rendah oleh PT. Conch South Kalimantan Cement yang terbukti melakukan *Predatory Pricing* guna menyingkirkan atau menghalangi pelaku usaha pesaing dalam pangsa pasar bersangkutan.

Penetapan harga yang sangat rendah melalui diskon besar-besaran yang dilakukan oleh pelaku usaha di *TikTok Shop* perlu menjadi sorotan penting karena pemotongan harga yang diberikan itu ditanggung oleh pihak ketiga (*seller*), hal ini memberikan arti bahwasanya jikalau *seller* tidak memiliki jumlah modal yang sama besarnya dengan *seller* TikTok Shop seperti *Fashionable525_* mereka tidak dapat melakukan diskon yang serupa dan kompetitor tersebut tidak dapat bersaing dalam pasar penyediaan jasa.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas maka dari itu penulis tertarik membahas permasalahan diatas dengan judul **“PRAKTIK PREDATORY PRICING LIVE TIKTOK SHOP BERDASARKAN UNDANG – UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT ”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik banting harga pada Live TikTok Shop jika ditinjau berdasarkan perspektif *predatory pricing* dalam UU No.5 Tahun 1999

Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ?

2. Apasaja faktor yang mempengaruhi adanya praktik banting harga dan sejenisnya yang berpotensi terindikasi *predatory pricing* dan melanggar UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa banting harga pada Live TikTok berdasarkan konsep jual rugi (*predatory pricing*) dalam persaingan usaha
- b. Untuk mengetahui dan menganalisa akibat hukum jual rugi (*predatory pricing*) dan solusi terhadap adanya praktik banting harga yang berpotensi terindikasi *predatory pricing* dan melanggar UU No 5 Tahun 1999

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara Teoritis Penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan mengenai fenomena pelaku usaha yang melakukan jual rugi di Live TikTok yang menyebabkan persaingan usaha tidak sehat, serta dapat dijadikan

bahan bacaan, referensi dan acuan bagi penelitian – penelitian berikutnya.

- b. Secara Praktisi Penelitian ini diharapkan memberikan pemikiran terhadap pengetahuan dalam persaingan usaha.

D. Telaah Pustaka

Pertama, skripsi karya Mutiara Kurniasari yang berjudul “*Predatory Pricing* pada Promo Grab ditinjau dari Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat” pada tahun 2020.⁵ Skripsi ini membahas tentang akibat hukum jual rugi yang dilakukan aplikasi grab ditinjau dari undang – undang nomor 5 tahun 1999 tentang praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tarif promo yang dilakukan oleh grab memenuhi unsur jual rugi (*Predatory Pricing*), kegiatan tersebut dilarang dalam peraturan komisi pengawasan persaingan usaha nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat karena dapat mengakibatkan dalam jangka waktu yang cukup panjang pesaingnya akan tersingkirkan dalam pasar bersangkutan.

⁵ Mutiara Kurniasari, Skripsi, “*Predatory Pricing pada Promo Grab ditinjau dari Undang – undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*,” (Universitas Muhammadiyah Malang, 2020)

Kedua, skripsi Adiwidya Imam Rahayu 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 tahun 2010.⁶ Skripsi ini membahas tentang Pasal 20 Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 apakah dapat mengenakan tuduhan *Predatory Pricing* terhadap perusahaan telekomunikasi di indonesia. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu perang tarif antar operator seluler yang berakibat semakin rendahnya biaya telekomunikasi yang terlihat menguntungkan, akan tetapi pada kenyataannya banyak konsumen yang merasa kualitas dan pelayanan operator seluler belum maksimal.

Ketiga, skripsi Toriq Husein Akbar yang berjudul “Dugaan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Semen Conch Di Tinjau Dari Perspektif Hukum Pesaingan Usaha” pada tahun 2020.⁷ Skripsi ini membahas tentang harga jual semen conch yang dibawah pasar dan dampak penjualan semen conch terhadap pasar dari perspektif hukum persaingan usaha. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa dugaan suatu pelaku usaha melakukan

⁶ Adiwidya Imam Rahayu, Skripsi, “*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*,” (Universitas Indonesia, 2010)

⁷ Toriq Husein Akbar, Skripsi, “*Dugaan Jual Rugi (Predatory Pricing) Semen Conch Di Tinjau Dari Perspektif Hukum Pesaingan Usaha*,” (Universitas Jember, 2020)

predatory pricing sebaiknya dilakukan analisis yang berkaitan dengan *predatory pricing*, apabila masih terindikasi jual rugi maka pemerintah harus segera membuat regulasi yang mengatur batas harga jual semen dengan memperhatikan biaya produksi produsen. Selain itu perlu nya persaingan usaha secara sehat yang disadari oleh masing – masing produsen.

Keempat, skripsi Yolanda Eka Eriyanti yang berjudul “Keterkaitan Promo Gojek Dengan Konsep *Predatory Pricing* Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha” pada tahun 2019.⁸ Skripsi ini membahas tentang penerapan sistem promo transportasi onlen oleh gojek dengan konsep *predatory pricing* yaitu suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang atau jasa dengan cara menetapkan harga dibawah rata – rata dengan tujuan menyingkirkan pesaing usaha lainnya. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah promo gojek tidak bertentangan dengan konsep *predatory pricing* karena harus dibedakan antara promosi dengan penerapan *predatory pricing* dalam kegiatan usaha, selain itu akibat hukum nya dapat dikenakan sanksi berupa sanksi administratif maupun berupa sanksi pidana pokok serta pidana tambahan.

Kelima, skripsi Dicky Pradika Ekananta yang berjudul “Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Perdagangan Produk

⁸ Yolanda Eka Eriyanti, Skripsi, “*Keterkaitan Promo Gojek Dengan Konsep Predatory Pricing Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha*,” (Universitas Jember ,2019)

Air Minum Dalam Kemasan (Studi Putusan KPPU Nomor 22/KPPU_I/2016)” pada tahun 2018.⁹ Skripsi ini membahas tentang permasalahan yang melibatkan dua merek minuman dalam kemasan yang memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dan cukup dikenal masyarakat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa bentuk persaingan usaha tidak sehat produk air minum dalam kemasan adalah perjanjian tertutup dan penguasaan pasar, akibat hukum adanya persaingan usaha tidak sehat melanggar Pasal 15 ayat (3) huruf b dan Pasal 19 huruf a dan b Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Dari beberapa penelitian di atas yang telah diteliti, maka dari itu penulis meneliti hal lain dari *Predatory Pricing*. Penulis mengangkat judul yang sedikit berbeda dari penelitian – penelitian sebelumnya yaitu Praktik *Predatory Pricing Live* Tiktok Shop Berdasarkan Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”

E. Kerangka Teori

Adapun Kerangka Teori dari penelitian ini dimaksudkan untuk lebih memahami maksud penulis, maka kiranya penulis memberikan definisi

⁹ Dicky Pradika Ekananta, Skripsi, “Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Perdagangan Produk Air Minum Dalam Kemasan (Studi Putusan KPPU Nomor 22/KPPU_I/2016),” (Universitas Jember, 2018)

atau batasan dari konsep tersebut sebagai pengantar awal yakni sebagai berikut :

1. 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 mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan yang perlu diatur dan dilindungi.¹⁰ Setiap hubungan hukum menimbulkan hak dan kewajiban yang berlawanan, atau setiap pihak dalam perikatan hukum memiliki hak dan kewajibannya sendiri harus terpenuhi, apabila tidak terpenuhi maka akan mengakibatkan kerugian bagi salah satu pihak yang ada dalam perikatan. Maka dari itu untuk melindungi dan mengurangi masalah maka sangat diperlukan perlindungan hukum.

Perlindungan hukum harus berasal dari ketentuan hukum dan peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat. Pada dasarnya hukum adalah kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara individu dan masyarakat secara keseluruhan.

¹⁰ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti,2000), hlm 69.

Satjipto Raharjo berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah upaya untuk mengorganisasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat supaya tidak terjadi tubrukan antar kepentingan dan dapat menikmati semua hak – hak yang diberikan oleh hukum.¹¹

Perlindungan hukum terbagi menjadi dua, yaitu :

a. Perlindungan hukum preventif

Yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati – hati dalam mengambil keputusan berdasarkan diskresi, sedangkan perlindungan hukum yang bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati – hati dalam mengambil keputusan.

b. Perlindungan hukum represif

Yaitu perlindungan hukum yang tujuannya untuk menyelesaikan sengketa.¹²

2. Teori Ekonomi Kerakyatan

Teori ekonomi kerakyatan merupakan salah satu teori yang berbasis pada kekeluargaan atau kerakyatan dengan sistem

¹¹*Ibid.*, hlm. 53-54.

¹² Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987), hlm 2.

ekonomi kerakyatan dapat memberikan kesempatan yang luas bagi seluruh masyarakat dalam berpartisipasi sehingga perekonomian dapat terlaksana dan berkembang dengan baik¹³. Tujuan dari ekonomi kerakyatan yaitu perekonomian yang dimana pelaksanaan kegiatan, pengawasannya dan hasil dari kegiatan ekonomi dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat dipahami bahwa ekonomi kerakyatan adalah ekonomi kelompok masyarakat yang mengikut sertakan seluruh lapisan masyarakat yang berkaitan erat dengan aspek keadilan, demokrasi ekonomi, berpihak pada ekonomi rakyat yang bertumpu pada mekanisme pasar yang adil dan mengikutsertakan seluruh elemen masyarakat dalam proses pembangunan, serta berperilaku adil bagi seluruh masyarakat.¹⁴ Secara garis besar sasaran pokok ekonomi kerakyatan meliputi empat poin penting yaitu :

- a. Tersedianya beberapa peluang kerja serta penghidupan yang layak untuk masyarakat.

¹³ Sabini Sumawinata, *Politik Ekonomi Kerakyatan* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm 161.

¹⁴ Musfiq Arifqi, "Konsep Ekonomi Kerakyatan Sebagai Pengembangan Koperasi Syariah Di Indonesia", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2020.

- b. Terrealisasinya sistem jaminan sosial bagi masyarakat yang sangat membutuhkan.
- c. Pendistribusian modal kepemilikan yang merata kepada masyarakat.
- d. Seluruh kegiatan pembentukan produksi serta pembagian bagi hasilnya harus berlangsung dibawah pimpinan anggota masyarakat.¹⁵

3. *Predatory Pricing*

Dalam dunia persaingan usaha, ada banyak strategi yang digunakan oleh para pelaku usaha. Namun, tidak semua strategi yang mereka gunakan dalam bersaing sesuai dengan aturan hukum. Salah satunya strategi *predatory pricing* yang kerap digunakan oleh pelaku usaha dalam mendapatkan banyak konsumen sekaligus menyingkirkan pesaingnya keluar dari pangsa pasar. Menurut Gunawan Widjaja, *predatory pricing* adalah suatu strategi usaha yang digunakan oleh pelaku usaha dengan menetapkan harga yang sangat rendah pada barang atau jasa yang mereka hasilkan dalam suatu jangka waktu yang cukup lama, hal tersebut mereka lakukan untuk menyingkirkan pelaku usaha lain yang menjadi pesaing

¹⁵ Indra Ismawan, *Sukses di Era Ekonomi Liberal Bagi Koperasi dan Perusahaan Kecil Menengah*, (Jakarta : PT. Grasindo, 2001), hlm 24-27

pesaingnya agar keluar dari pasar, atau juga untuk menghambat pelaku usaha yang lain masuk ke dalam pasar tersebut.¹⁶

Dalam jangka pendek, tindakan *predatory pricing* sangat menguntungkan konsumen karena mendapatkan harga barang atau jasa dengan harga yang murah, namun apabila seluruh pesaingnya tidak dapat melakukan kegiatan usahanya lagi, maka pelaku usaha yang mendominasi akan menaikkan harga ke tingkat yang tinggi untuk menutupi kerugian yang diderita pada saat penetapan harga sangat rendah.¹⁷ Untuk itu, dalam undang-undang diatur pula mengenai larangan menggunakan praktik *predatory pricing* yang terdapat dalam Pasal 20 Undang – Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam pasal ini diatur mengenai larangan kepada para pelaku usaha dalam melakukan pemasokan barang atau jasa dengan cara menetapkan harga jual dengan sangat rendah dengan tujuan untuk menyingkirkan pelaku usaha saingannya ataupun dengan maksud untuk mematikan usaha pesaingnya dalam pasar yang bersangkutan sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Dengan terbitnya peraturan tersebut, pelaku usaha yang melakukan

¹⁶ Widjaja G, *Merger Dalam Perspektif Monopoli*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2002), hlm 54

¹⁷ Ni Putu, Ni luh, Ni Made, “Pengaturan Predatory Pricing Transportasi Online Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha,” *Jurnal Anologi Hukum*, 2021.

persaingan usaha dengan cara yang sehat akan terlindungi oleh adanya atauran tersebut.

F. Metode Penelitian

Penelitian hukum adalah kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan gagasan tertentu, yang tujuannya untuk mempelajari satu atau lebih fenomena hukum tertentu dengan cara menganalisisnya. Melihat pokok permasalahan dan tujuan penulis, maka penulis menggunakan metode penelitian, antara lain :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah melakukan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang

dilakukan secara langsung atau terjun ke lapangan penelitian dengan tujuan memperoleh dan mengumpulkan data.¹⁸

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena – fenomena apa adanya. Peneliti tidak perlu memanipulasi atau memberikan perlakuan – perlakuan tertentu terhadap objek penelitian.¹⁹

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam kasus *Predatory Pricing* Live Tiktok Shop ini menggunakan pendekatan perundang – undangan (*statue approach*) yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang – undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang ditangani, terdapat dalam Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

4. Sumber Data

¹⁸ Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2017), hlm 79

¹⁹ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta : Kencana, 2016), hlm 12

Sumber data merupakan bahan yang dapat dipergunakan dengan tujuan untuk menganalisis hukum yang berlaku. Sumber data yang dipergunakan untuk dianalisis dalam penelitian hukum terdiri atas

1. Data primer

Data primer adalah bahan hukum yang terdiri dari peraturan perundang – undangan yang berkaitan dengan pokok permasalahan, dalam penelitian ini, bahan hukum primer yang digunakan adalah Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan tujuan menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi dengan cara membaca, mengutip dan menelaah peraturan perundang – undangan, dokumen, buku, dan literatur lain yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara

Wawancara merupakan pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik yang digunakan adalah wawancara mendalam (in-depth

interview) yang proses memperoleh keterangan penelitian dengan cara tanggung jawab antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai.²⁰

b. Studi Kepustakaan

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori – teori dan berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut.²¹

6. Analisis Data

Pada tahap analisis data ini merupakan proses mendeskripsi kan atau menguraikan secara keseluruhan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga mudah disimpulkan permasalahan yang didasarkan oleh data yang akan diteliti.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penulisan hukum ini penulis menyusun dalam lima bab yang bertujuan untuk menjelaskan secara sistematis pembahasan yang akan diuraikan pada setiap bab dalam skripsi ini. Adapun sistematika penelitian adalah sebagai berikut.

²⁰ Saeful Rahmat, Pupu, *Penelitian Kualitatif, Jurnal Equilibrium*, 2009.

²¹ Miza Nina Adlini dkk, *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka, Jurnal Pendidikan*, 2022

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang terdiri dari beberapa sub bab yakni latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua, akan dijelaskan mengenai tinjauan pustaka, maka batasan yang dibuat sesuai dengan kajian pustaka yang ada.

Bab ketiga, dalam bab ini memuat penjelasan tentang bagaimana *Predatory Pricing* pada Live TikTok Shop sesuai dengan dengan apa yang dijelaskan dalam Undang – Undang No 5 Tahun 1999

Bab keempat, berisi analisis hasil penelitian yang akan menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

Bab kelima, berisi kesimpulan dan saran dari penulis. Kesimpulan berisi inti dari hasil pembahasan yang didapatkan penulis dari penelitian ini, sedangkan saran berisi rekomendasi dari penulis atas beberapa masalah yang diangkat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Sistem pemasaran dengan cara banting harga lewat *Live Streaming* Tiktok Shop merupakan pemasaran dengan memberikan harga yang lebih rendah dari harga pasar dengan ketersediaan barang atau produk yang terbatas dan dalam waktu yang ditentukan. Pemasaran *Live* Tiktok Shop dikaitkan dengan *predatory pricing* yang diatur dalam Pasal 20 Undang – Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sehingga pemasaran *Live* Tiktok Shop oleh Fashionable525_ tersebut tidak bisa dikatakan *predatory pricing*, karena hanya sebagian unsur yang terpenuhi yakni unsur pelaku usaha, unsur pemasokan barang dan atau jasa, unsur jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya dan mengakibatkan terjadinya praktik monopoli, dan persaingan tidak sehat.
2. Pengaruh adanya praktik banting harga yang dilakukan pelaku usaha Tiktok Shop Fashionable525_ didasari beberapa faktor yaitu, mendapatkan harga borongan dari distributor yang menyalurkan produk, menarik minat pembeli dengan memberikan diskon pada saat melakukan pemasaran, meningkatkan penjualan dengan strategi

quantity dan juga sebagai strategi penjualan produk guna mencapai keuntungan melalui kepuasan konsumen.

SARAN

1. Bagi industri pada sektor e-commerce sebaiknya memperhatikan mengenai regulasi terkait praktik jual rugi dan lebih berhati-hati menghadapi praktik persaingan usaha yang dapat mengancam keberlangsungan usaha.
2. Bagi pemerintah sebaiknya memberikan edukasi dan sosialisasi lebih gencar kepada pelaku usaha yang kurang memahami mengenai kegiatan *predatory pricing*.
3. Bagi regulator sebaiknya melakukan kajian mengenai peraturan yang terkait mengenai kegiatan yang termasuk *predatory pricing*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

A. Undang – Undang dan Peraturan

Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 8 Tahun 2011.

B. Buku

Alexander Thian, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta : Penerbit Andi, 2021

Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, Cetakan Pertama ,Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002

Budi Kargamanto, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*, Sidoarjo : Laras 2012

Dayu Padmara Regganis, *Hukum Persaingan Usaha Perangkat Telekomunikasi Dan Pemberlakuan Persetujuan Acfta*, Bandung: P.T. Alumni, 2013

Gregorius Chandra dkk, *Pemasaran Global: internasionalisasi dan Internetisasi*, Yogyakarta: Andi, 2004

Indriyo Gitisudarmo, *Pengantar Bisnis Edisi Kedua*, Cetakan Ketiga, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1998

- Knud hansen, *Larangan Praktek Monopoli dan Pemenuhan Bisnis Yang Tidak Adil*, Jakarta : Katafisis, 2013
- Kotler, Philip. Yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks Kelompok Media, 2005
- McLeod, *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm 302
- Miguna Astuti dan Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*, Yogyakarta : Deepublish, 2020
- Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2017), hlm 79
- Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987
- Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Indonesia*, Jakarta : Sinar Grafika, 2013
- Rahman Arif, *strategi dahsyat marketing mix for small business cara jitu merontokan pesaing*, cetakan pertama Jakarta : Trans media pustaka, 2010
- Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000
- Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta : Kencana, 2016

Suhasril, Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2010

Sukirno, Sadono, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, Jakarta : Pt Rajagrafindo, 2005

Tami Rusli, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Lampung : UBL Press, 2021

Widjaja G, *Merger Dalam Perspektif Monopoli*, Jakarta : Rajawali Pers, 2002

C. Jurnal

Alyasinta, Amron, Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-commerce Tiktok Shop, *Jurnal Forum Ekonomi*, 2021

Ananda, Harum, Nurlatifah, Ali, Pengaruh Kualitas Pelayanan E – Commerce Tiktok Shop Terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Karimah Tauhid*, 2022

Benuf Kornelius, Azhar Muhamad, Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer, *Jurnal Gema Keasilan*, 2020

Eko Bambang Turisno, Etika Bisnis Dalam Hubungannya Dengan Transformasi Global Dan Hukum Kontrak Serta Perbuatan Mrlawan Hukum, *Jurnal Masalah – Masalah Hukum*, 2011

Endhar, Srikandi, Edy, pengaruh diskon terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian (studi pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store pasar besar malang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2016, hlm 188.

Komang, Made, *Predatory Pricing* Dalam E-Commerce Dengan Cara Flash Sale Pada Masa Pandemi Ditinjau Dari Persaingan Usaha, *Jurnal Kertha Wicara*, 2022

Ma'rifah Aulia, Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Hrga Official Store Tinjauan Undang – Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Serta Fiqh Muamalah, *Jurnal of Islamic Business Law*, 2021

Miza Nina Adlini dkk, Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka, *Jurnal Pendidikan*, 2022

Ni Putu, Ni luh, Ni Made, Pengaturan *Predatory Pricing* Transportasi Online Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Anologi Hukum*, 2021.

Rezmia, Febrina, Dampak Kegiatan Jual Beli (*Predatory Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha, *Jurnal Selat*, 2017

Saeful Rahmat, Pupu, Penelitian Kualitatif, *Jurnal Equilibrium*, 2009.

Togi, Rezki, Umaimah, Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid – 19, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2020

D. Website

Gerry Ardian, "Perjalanan Aplikasi Tiktok di Indonesia." <https://nolimit.id/blog/perjalanan-aplikasi-tik-tok-di-indonesia/>, Akses 28 Juli 2023

Juanda H, "Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (*Predatory Pricing*)," https://www.kppu.go.id/docs/Pedoman/pedoman_pasal_20_jual_rugi.pdf, Akses 25 Juli 2023.

Zahry Vandawati, "Pendekatan Per Se Illegal dan Rule Of Reason dalam Persaingan Usaha", <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt4b94e6b8746a9/pentingnya-prinsip-per-se-dan-rule-of-reason-di-uu-persaingan-usaha/> diakses pada tanggal 10 Juli 2020

E. Wawancara

Farhan. (2023, Juli 15). Banting Harga Tiktok Shop Fashionable525_. (M. N. Khasanah, Interviewer)

Siska. (2023, Juli 15). Sistem Penjualan di E-Commerce (M. N. Khasanah, Interviewer)

Fidzoh. (2023, Juli 15). Sistem Ppenjualan di E-Commerce (M. N. Khasanah, Interviewer)

