

DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1>

Received: 15 Oktober 2023, Revised: 24 Oktober 2023, Publish: 26 Oktober 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

INDIKASI JUAL RUGI UNTUK MENYINGKIRKAN PELAKU USAHA LAINNYA BERDASARKAN UU NO. 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA

Erica Flora¹, Elfrida Ratnawati².

¹ Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

Email: ericaflo2000@gmail.com

² Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

Email: elfrida.r@trisakti.ac.id

Corresponding Author: ericaflo2000@gmail.com

Abstract: *In buying and selling activities on the TikTok application, many business actors sell goods below market price with the aim of getting rid of their competitors or other business actors. Are the actions of business actors who reduce prices below market with the aim of eliminating their competitors permitted in Law no. 5 of 1999 concerning Prohibition of Monopoly Practices and Business Competition? is the main problem of writing this research. The research method used is normative legal research, which uses secondary data and is analysed descriptively. The results of this research show that the actions of business actors who reduce prices below market with the aim of eliminating their competitors are prohibited according to the Business Competition Law, in the proof process using the approach rule of reason it is necessary to fulfil the elements of Article 20 of the Business Competition Law to be considered a selling practice at a loss. The flash sale program with the features live streaming in the TikTok application, is not necessarily a practice of selling at a loss carried out by business actors because it requires fulfilment of the elements, conditions, and validation of the sale of this practice.*

Keyword: *Selling Loss, Business Competition, E-Commerce*

Abstrak: Dalam kegiatan jual beli pada aplikasi TikTok, banyak pelaku usaha yang menjual barang dibawah harga pasar dengan tujuan menyingkirkan pesaingnya atau pelaku usaha lainnya. Apakah perbuatan pelaku usaha yang menurunkan harga dibawah pasaran bertujuan menyingkirkan pesaingnya diperbolehkan dalam UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha? merupakan pokok masalah dari penulisan penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif, yang menggunakan data sekunder dan dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perbuatan pelaku usaha yang menurunkan harga dibawah pasaran dengan tujuan menyingkirkan pesaingnya dilarang menurut UU Persaingan Usaha, dalam proses

pembuktian yang menggunakan pendekatan rule of reason dibutuhkan pemenuhan unsur Pasal 20 UU Persaingan Usaha untuk dikatakan sebagai praktik jual rugi. Program flash sale melalui fitur live streaming pada aplikasi TikTok, belum tentu merupakan praktik jual rugi yang dilakukan pelaku usaha karena dibutuhkan pemenuhan unsur, syarat, serta validasi pengujian terhadap praktik tersebut..

Kata Kunci: Jual Rugi, Persaingan Usaha, E-Commerce

PENDAHULUAN

Era digitalisasi memberikan dampak bagi dunia bisnis, salah satunya dengan perkembangan kegiatan bisnis atau jual beli dengan memanfaatkan teknologi internet sebagai sarannya. Fenomena yang sedang tren saat ini adalah transaksi jual beli yang dilakukan melalui platform TikTok, hal ini sejalan dengan tingginya jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 113 Juta pengguna pada bulan April 2023 . TikTok merupakan aplikasi media sosial yang dapat digunakan untuk membuat, mengedit, dan membagi klip video pendek, namun seiring dengan perkembangannya TikTok memiliki fitur untuk melakukan transaksi jual beli seperti layanan e-commerce pada umumnya yang dikenal dengan TikTok Shop, fitur ini digunakan pelaku usaha untuk menawarkan produknya ke pengguna secara langsung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa TikTok merupakan platform media sosial sekaligus e-commerce yang menghadirkan strategi pemasaran atau penjualan untuk menarik calon konsumennya.

Tingginya jumlah pengguna serta nilai transaksi e-commerce menyebabkan tumbuhnya jumlah pelaku usaha pada e-commerce sehingga berakibat persaingan usaha atau bisnis menjadi kompetitif. Tantangan yang timbul dari kegiatan jual beli melalui e-commerce dengan sifat bisnis open market yang menyebabkan tidak ada parameter untuk pelaku usaha dapat memasuki pasar e-commerce. Lahirnya model bisnis dengan metode yang berbasis internet, menimbulkan persaingan usaha model baru yang menghadapkan antara industri digital dan industri konvensional. Adanya indikasi persaingan usaha yang tidak sehat dalam wujud jual rugi atau menjual dengan harga dibawah pasaran atau dikenal dengan istilah predatory pricing (selanjutnya disebut jual rugi) dikarenakan tidak adanya aturan mengenai penetapan harga pada barang dan/atau jasa yang dijual pada pasar platform e-commerce tersebut . Praktik jual rugi merupakan praktik yang dilarang berdasarkan Rule of Reason yang dikaji berdasarkan analisis ekonomi dengan tujuan mencapai efisiensi apakah tindakan pelaku usaha memiliki dampak dalam persaingan usaha.

Berdasarkan kasus dugaan jual rugi pada TikTok Shop muncul dikarenakan adanya barang-barang impor yang dijual dengan harga yang murah dibawah harga pokok produksi produk lokal, selain itu saat ini TikTok menjalankan 2 (dua) fungsi, yaitu sebagai media sosial dan e-commerce yang disebut juga sebagai social commerce. Indikasi jual rugi yang dilakukan oleh TikTok memberikan pengaruh buruk terhadap daya beli konsumen terhadap pelaku usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang semakin menurun dan mengancam eksistensi UMKM sehingga menjadi perhatian bagi pemerintah. Kasus tersebut menjadi latar belakang pemikiran penulis dalam menyusun penulisan ini. Implementasi strategi jual rugi termasuk dalam kategori yang ilegal dikarenakan adanya indikasi tindakan monopoli dan berdampak kepada perkembangan produksi lokal oleh pelaku UMKM.

Prinsip yang dianut Indonesia dalam bidang ekonomi adalah prinsip demokrasi ekonomi, yang mengedepankan keseimbangan, kemajuan dan kesatuan ekonomi sebagaimana dalam Pasal 33 ayat (4) Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Hal ini diharapkan dapat menegakkan prinsip anti diskriminasi baik pelaku usaha besar, menengah dan kecil karena pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama untuk memasuki pasar . Maka dari itu, untuk mewujudkan landasan perekonomian nasional dibentuk Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan

Persaingan Usaha (selanjutnya disebut UU Persaingan Usaha) menjadi payung hukum dalam praktek persaingan usaha yang sehat (fair competition). Tujuan dibentuknya hukum persaingan usaha diharapkan dapat mengeliminasi diskriminasi antar pelaku usaha, menciptakan pasar yang sehat, dan mewujudkan kesejahteraan pelaku ekonomi. UU Persaingan Usaha telah diberlakukan sejak tahun 1999 sehingga patut dipertanyakan apakah masih relevan atau tidak dengan perkembangan ekonomi digital saat ini karena dalam UU Persaingan Usaha lebih mengarah kepada aturan terkait perdagangan fisik, salah satu jenis pelanggaran yang diatur mengenai jual rugi pada Pasal 20 UU Persaingan Usaha.

Praktik jual rugi dapat di deskripsikan pada saat perusahaan berada pada posisi yang dominan atau kemampuan yang kuat untuk menjual produk dibawah harga produksi dengan tujuan mengeliminasi pelaku usaha pesaing dari pasar yang sejenis . Selanjutnya, ketika suatu Perusahaan memenangkan persaingan, Perusahaan akan menaikkan harga kembali diatas harga pasar dengan tujuan mengembalikan kerugiannya dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli.

Potensi terjadinya jual rugi yang dilakukan oleh TikTok terhadap barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan kepada pasar yang disebabkan karena perusahaan memiliki data centric yang membuat perusahaan dapat mengontrol data pengguna , seperti algoritma TikTok yang dapat mengarahkan pengguna untuk membeli produk yang sedang laris menurut TikTok atau toko yang terafiliasi dengan TikTok. Selain itu, pelaku usaha pada platform TikTok Shop yang melakukan jual rugi melalui penawaran voucher diskon, flash sale hingga gratis ongkos kirim yang umumnya melakukan pemasaran melalui fitur live shop sebagai sarana promosi. Jual rugi pada TikTok yang melakukan penetapan harga dibawah harga pasar dan tidak menguntungkan secara komersial untuk jangka waktu tertentu dan mencegah pelaku usaha lain untuk memasuki pasar yang berkaitan . Dalam hal ini, praktik pemasaran yang dilakukan oleh TikTok dengan memasang harga yang rendah dibanding harga pasar akan menarik konsumen yang akan berdampak pada tersingkirnya pelaku usaha kompetitor dalam pasar sejenis sehingga dapat terindikasi adanya persaingan usaha tidak sehat dalam pasar.

Pada dasarnya jual rugi tidak selalu dilarang, namun diperlukan pembuktian bahwa jual rugi tersebut menimbulkan kondisi pasar menjadi persaingan usaha yang tidak sehat. Jual rugi merupakan bentuk strategi yang dilakukan pelaku usaha dalam memperjualbelikan produk barang dan/atau jasa dengan harga dibawah biaya produksi. Berdasarkan pendapat Areeda dan Turner, apabila harga sama atau diatas biaya marginal dari produksi barang maka bukan predatory pricing .

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai lembaga pengawas memiliki peran penting dalam melakukan pengawasan terhadap digitalisasi ekonomi untuk mencegah terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat dan memberikan perlindungan kepada semua pelaku ekonomi. Selanjutnya, KPPU sebagai lembaga independen dalam melaksanakan tugasnya Sedikitnya putusan KPPU mengenai pelanggaran predatory pricing berbanding terbalik dengan dampak luas praktik predatory pricing terhadap penerapan e-commerce di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis, praktik jual rugi dalam jangka pendek menguntungkan konsumen karena konsumen dapat menikmati harga yang murah. Namun, jika dilihat perspektif pelaku usaha predator akan menyingkirkan pelaku usaha pesaing di pasar sejenis dan mematikan bisnis pelaku usaha pesaing tersebut yang dalam hal ini pelaku usaha TikTok Shop yang terindikasi melakukan jual rugi yang memberikan dampak terhadap pelaku UMKM. Berdasarkan peraturan yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan berupa Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang perizinan berusaha, periklanan, pembinaan dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik (selanjutnya disebut Permendag No. 31 Tahun 2023) bahwa social commerce hanya dapat memfasilitasi promosi barang atau jasa dan dilarang menyediakan transaksi pembayaran. Penulisan ini terfokus pada indikasi jual rugi yang dilakukan TikTok

Shop dan kemudian penegakan hukum terhadap praktik jual rugi pada social commerce, sehingga permasalahan yang akan dikaji oleh penulis Apakah perbuatan pelaku usaha yang menurunkan harga dibawah pasaran bertujuan menyingkirkan pesaingnya diperbolehkan dalam UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha?

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif yang dikaji dengan menggunakan teori-teori, konsep, asas hukum dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan topik penelitian ini atau disebut juga sebagai studi kepustakaan (library research). Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dengan mengumpulkan bahan hukum primer dan sekunder berdasarkan literatur-literatur seperti buku, jurnal, dokumen-dokumen, laporan, serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan objek kajian peneliti. Penelitian ini dianalisis secara kualitatif untuk menghasilkan tulisan yang deskriptif..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Indikasi Jual Rugi Berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 Pada Aplikasi TikTok

Berkembangnya pasar digital atau e-commerce mengalami peningkatan setiap tahunnya dan menciptakan berbagai inovasi dalam memasarkan produk kepada para konsumen. Dalam penulisan ini, peneliti menggunakan contoh pada aplikasi TikTok sebagai salah satu platform e-commerce untuk menjadi bahan analisis. Cara-cara yang dilakukan pelaku usaha dalam menarik konsumen dengan mengadakan kegiatan atau program, sebagai berikut:

1. Live streaming, fitur ini dilakukan oleh host yang mempromosikan serta memperdagangkan produknya melalui siaran langsung. Dalam siaran langsung tersebut biasanya terdapat penawaran harga (diskon) khusus atau lebih murah bagi konsumen yang menonton siaran langsung dan harga tersebut hanya dapat diperoleh saat siaran berlangsung, ketika siaran berakhir maka harga akan kembali normal.
2. Flash Sale, merupakan strategi pelaku usaha yang difasilitasi oleh TikTok untuk memberikan diskon secara besar-besaran dengan menjual barang dibawah harga dibawah biaya produksi dengan memberikan batas waktu tertentu dan kuantitas barang yang dibatasi. Flash sale biasanya hanya diselenggarakan pada tanggal tertentu, contohnya pada tanggal kembar atau payday.

Kondisi yang telah dipaparkan diatas, memberikan keuntungan bagi konsumen karena dapat menikmati harga yang murah dibanding dengan harga pasaran dan promosi dalam bentuk flash sale berpengaruh terhadap keputusan pembelian , hal tersebut juga meningkatkan daya minat pembeli untuk melakukan transaksi jual beli melalui TikTok. Begitu pula bagi pelaku usaha yang merasakan manfaat, yaitu menaikkan penjualan pada produk serta kunjungan toko dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha. Namun, pada praktiknya flash sale dapat dilakukan secara bebas oleh pelaku usaha dan dilakukan pada saat promosi melalui live streaming dan/atau pada etalase toko pelaku usaha.

Pelaku usaha yang menjual produknya dibawah harga produksi tersebut sebagaimana kondisi yang telah diuraikan akan menyebabkan indikasi jual rugi yang akan memberikan dampak negatif bagi pelaku usaha pesaing, baik pelaku usaha di e-commerce hingga UMKM. Dalam peraturan platform e-commerce, tidak diatur mengenai ketentuan bahwa pelaku usaha tidak diperbolehkan untuk menjual barang dibawah harga pasaran atau produksi. Ketentuan mengenai jual rugi diatur dalam Pasal 7 Jo. Pasal 20 UU Persaingan Usaha yang menyatakan larangan pelaku usaha untuk memasok barang dan/atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang rendah dengan tujuan menyingkirkan hingga mematikan usaha pesaingnya sehingga terjadi kerugian dan menciptakan iklim persaingan usaha yang tidak sehat.

Hukum ditujukan untuk memberikan keadilan, kemanfaatan dan kepastian, sebagaimana teori yang dikemukakan Gustav Radburch yang mana aspek keadilan merupakan kekuatan dari hukum. UU Persaingan Usaha mengedepankan prinsip persamaan kesempatan dalam iklim usaha yang sehat, efektif, dan efisien sehingga dapat mendorong ekonomi pasar yang sehat serta memberikan keseimbangan antara kepentingan negara atau masyarakat dengan kepentingan pribadi sebagai subjek hukum. Dengan dibentuknya ketentuan mengenai persaingan usaha yang sehat, setiap pelaku usaha di Indonesia dalam iklim berusaha diharapkan tidak menimbulkan pemusatan ekonomi terhadap pelaku usaha tertentu atau perusahaan dengan modal besar. Untuk menciptakan keseimbangan tersebut, penegak hukum dalam hal ini KPPU perlu melakukan pembuktian atas adanya indikasi praktik jual rugi menggunakan pendekatan *rule of reason* yaitu mencari serta mempertimbangkan alasan pelaku usaha melakukan praktik persaingan usaha tidak sehat tersebut.

Pembuktian dalam praktik jual rugi diperlukan memenuhi unsur-unsur dalam Pasal 20 UU Persaingan Usaha apakah perbuatan pelaku usaha termasuk dalam praktik jual rugi yang diatur dalam Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 (selanjutnya disebut Perkom), pada pokoknya sebagai berikut :

1. Unsur jual rugi, harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha dibawah biaya produksi;
2. Unsur harga yang sangat rendah, harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang tidak masuk akal rendah;
3. Dengan maksud, kegiatan dalam usaha tersebut dilakukan dengan keinginan atau tujuan;
4. Unsur menyingkirkan atau mematikan, yang dimaksud adalah pelaku usaha memiliki niat untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaingnya dari pasar bersangkutan atau mematikan usahanya paza pasar yang sama;
5. Unsur praktek monopoli, pemusatan ekonomi yang dilakukan oleh satu atau beberapa pelaku usaha untuk menguasai produksi atau pemasaran atas barang dan/atau jasa tertentu yang mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat.

Berdasarkan unsur-unsur tersebut, kegiatan live streaming maupun flash sale pada aplikasi TikTok dikategorikan sebagai ajang promosi oleh pelaku usaha dengan tujuan untuk memperkenalkan produk yang dijual kepada konsumen dan jika flash sale tersebut tidak berlangsung dalam waktu yang dalam dan berkelanjutan sehingga unsur menyingkirkan atau mematikan tidak langsung terpenuhi mengingat tujuan pelaku usaha tersebut bukan untuk mematikan pesaingnya. Sedangkan unsur jual rugi perlu dilakukan peninjauan terhadap biaya produksi atau barang tersebut diproduksi secara massal atau pelaku usaha sedang melakukan penghabisan stok barang. Selanjutnya, unsur praktek monopoli tidak dapat dibuktikan karena dalam e-commerce merupakan pasar bebas yang tidak memiliki penghalang masuk (*entry barrier*) dan pelaku usaha memiliki peluang yang sama untuk memasuki pasar bersangkutan dengan adanya kemudahan teknologi .

Selanjutnya, KPPU melakukan analisis untuk menentukan adanya indikasi jual rugi yang dilakukan pelaku usaha yang dikaitkan dengan harga yang tidak masuk akal (*unreasonable price*), yang pertama pertimbangan adanya *market power*, yaitu karakter pasar seperti fokus penjual dan kondisi untuk memasuki pasar yang bersangkutan. Kedua, melakukan evaluasi terhadap harga dengan melakukan perbandingan harga yang ditetapkan pelaku usaha predator dan biaya produksinya. Perkom mengatur mengenai uji yang ditujukan untuk mendeteksi indikasi jual rugi, yaitu:

1. *Price-Cost Test*, pengujian yang dilakukan dengan membandingkan harga dan biaya secara objektif, uji ini hanya mengarah kepada pemberian informasi bahwa tindakan pelaku usaha mengarah pada praktik jual rugi;

2. Areeda-Turner Test, uji yang umum dilakukan dengan menguji jika pelaku usaha menetapkan harga dibawah Average Variable Cost (AVC) atau menjual harga barang dibawah variabel rata-rata dapat dipastikan melakukan praktik jual rugi;

3. Average Total Cost Test (ATC Test), apabila penetapan harga diatas AVC namun dibawah ATC atau diatas biaya produksi, maka pelaku usaha dapat di indikasikan memiliki itikad untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing dan dianggap sebagai praktik jual rugi;

4. Average Avoidable Cost Test (AAC Test), uji dengan membandingkan harga dengan biaya tetap tertentu atau biaya untuk memproduksi sejumlah output yang berkaitan;

5. Recoupment Test, pengujian yang dilakukan dengan memperhitungkan peranan penting dalam keberhasilan penetapan harga predator, kondisi yang dipertimbangkan seperti dominansi, hambatan masuk, kekuatan keuangan relative, elastisitas harga terhadap permintaan yang rendah, kelebihan kapasitas, kecenderungan pangsa pasar, efisiensi relatif, pengaruh reputasi, diskriminasi harga, dan subsidi silang.

Teori pembuktian untuk mengkualifikasikan pendekatan rule of reason yang dilakukan oleh KPPU sebagai lembaga pengawas dalam menentukan suatu tindakan jual rugi, antara lain :

1. Bright Line Evidence Theory, perbuatan pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi cukup dengan membuktikan bahwa persaingan dalam pasar bersangkutan sudah berakhir;

2. Hard Line Evidence Theory, menggunakan analisis ekonomi sebagai cara pembuktian terhadap pelaku usaha yang terindikasi melakukan praktik jual rugi yang menyebabkan persaingan usaha tidak sehat.

Pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi, umumnya merupakan pelaku usaha incumbent atau pelaku usaha dominan yang tidak menginginkan adanya pelaku usaha dalam kegiatan bisnis sejenis . Tujuannya agar pelaku usaha pesaing keluar dari pasar atau tidak masuk ke dalam pasar, pelaku usaha incumbent akan menetapkan harga barang dan/atau jasa yang diproduksinya dibawah biaya yang dikeluarkannya dan umumnya dilakukan oleh perusahaan yang sudah memiliki modal yang besar, sehingga pelaku usaha kecil dengan otomatis akan tersingkir dari pasar bersangkutan. Apabila pelaku usaha pesaing tidak dapat melanjutkan usahanya, maka pelaku usaha incumbent akan secara sengaja mematok harga yang tinggi untuk menutupi kerugian saat ia melakukan praktik jual rugi.

Pemerintah pada akhirnya mengundang Permendag No. 31 Tahun 2023, yang juga mengatur mengenai persaingan usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), yaitu Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) mempunyai kewajiban untuk mengupayakan pengawasan, pencegahan, dan penanggulangan segala bentuk persaingan usaha yang tidak sehat dan/atau praktik manipulasi harga. Selanjutnya kewajiban PPMSE dalam melakukan koordinasi dengan lembaga pengawas persaingan usaha atas dugaan atau indikasi persaingan usaha tidak sehat antar pelaku usaha dan/atau manipulasi harga.

Hasil analisa peneliti yang berdasar pada ketentuan dalam Undang-Undang serta teori-teori mengenai praktik jual rugi, probabilitas pelaku usaha dalam e-commerce kemungkinan melakukan praktik jual rugi adalah kecil karena pasar yang luas dan bebas dalam e-commerce dibanding dengan perdagangan konvensional. Program flash sale melalui live streaming maupun pada etalase toko di TikTok pada faktanya memang menjual barang jauh lebih murah dari harga wajar. Bahwa platform e-commerce tidak melakukan pemasokan barang untuk dijual, namun platform e-commerce bertujuan sebagai wadah promosi pelaku usaha dan perlu dibuktikan mens rea dari pelaku usaha dalam melakukan praktik jual rugi dalam platform e-commerce tersebut. Selanjutnya, UU Persaingan Usaha melarang adanya praktik jual rugi dalam suatu pasar, namun diperlukan pembuktian atas pemenuhan unsur-unsur pada

Pasal 20 UU Persaingan Usaha melalui uji serta teori yang telah dikemukakan. Kelemahan yang penulis temukan adalah bahwa platform e-commerce sebagai sarana promosi tidak memiliki peraturan khusus mengenai flash sale.

KESIMPULAN

Perbuatan pelaku usaha yang menurunkan harga dibawah pasaran bertujuan menyingkirkan pesaingnya secara tegas dilarang dalam UU Persaingan Usaha. Dalam hal terjadinya indikasi praktik jual rugi, maka dibutuhkan pemenuhan unsur-unsur, syarat-syarat, serta validasi pengujian terhadap praktik jual rugi tersebut. TikTok dalam menyelenggarakan fitur flash sale melalui live streaming dengan menawarkan harga yang sangat rendah belum tentu dikatakan sebagai praktik jual rugi dikarenakan dalam platform e-commerce yang sangat luas dan tidak memenuhi unsur perbuatan jual rugi. Namun, perlu diketahui bahwa TikTok mempunyai izin usaha sebagai social commerce, sesuai dengan Permendag No. 31 Tahun 2023, social commerce hanya dapat menjalankan kegiatan usaha dalam lingkup promosi saja tidak dapat memperjual-belikan barang seperti e-commerce pada umumnya.

REFERENSI

- Apriani, Desi. "Tinjauan Terhadap Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen." *Jurnal Panorama Hukum* 4, no. 1 (2019): 19–30.
- Hayati, Adis Nur. "Analisis Tantangan Dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21, no. 1 (2021): 109–22.
- Kagramanto, L. Budi. *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*. Surabaya: Laros, 2015.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. "Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 (Jual Rugi) UU Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat," 2011.
- L., Billyzard Y, and I Made Sarjana. "PRAKTIK FLASH SALE PADA E-COMMERCE DITINJAU DARI KETENTUAN PREDATORY PRICING DALAM HUKUM PERSAINGAN USAHA." *Jurnal Kertha Negara* 9, no. 12 (2021): 1050–66.
- Nazhari, A, and N Irkham. "Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing Dan Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Industri E-Commerce." *Jurnal Persaingan Usaha* 3, no. 1 (2023): 19–31.
- Nugroho, Susanti Adi. *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Rizaty, Monavia A. "Per April 2023, Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia." *DataIndonesia.Id*, May 19, 2023. <https://dataindonesia.id/internet/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>.
- Sianipar, L.H., dkk. "TINJAUAN HUKUM PRAKTIK JUAL RUGI DALAM INDUSTRI RETAIL BERDASARKAN UU NO.5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT (STUDI PADA SWALAYAN MAJU BERSAMA GLUGUR)." *PATIK: Jurnal Hukum* 7, no. 3 (2018): 227–39.
- Sutanto, Vincentius Eric. "Analisis Pendekatan Rules of Reason Dalam Kasus Praktik Predatory Pricing (Studi Kasus Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020)." *Wajah Hukum* 7, no. 1 (April 2023): 17–22.
- Telaumbanua, Dalinama. "Konsep Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Hukum Persaingan Usaha." Tesis, Program Pascasarjana Universitas Kristen Satya Wacana, 2012.