

Perlindungan Hukum bagi UMKM terhadap Praktik Predatory Pricing pada *E-commerce* di Indonesia

Nadira¹, H. R. Adianto Mardjiono²

^{1,2}Universitas 17 agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118,
Email: nadirabalbeid@gmail.com

Abstract: Strategi penetapan harga predator di sektor e-commerce Indonesia, khususnya melalui TikTok Shop, telah memicu diskusi terkait masa depan UMKM sebagai pilar ekonomi nasional. Sektor UMKM mempekerjakan lebih dari 61% dari total tenaga kerja negara dan menyediakan peluang kerja bagi sejumlah besar orang. Namun, ia tetap rentan terhadap strategi penetapan harga agresif yang diterapkan oleh platform besar karena keterbatasan modal, literasi digital, dan akses pasar. Tas agresif yang dimiliki TikTok Shop menawarkan diskon besar, pengiriman gratis bersubsidi, dan voucher belanja untuk mendorong pembelian bahkan meskipun merugi. Peristiwa ini mengancam stabilitas pasar, memperlambat perkembangan UMKM, dan berpotensi menakut-nakuti pemilik usaha kecil agar tidak berinvestasi. Tujuan penelitian yaitu untuk mengkaji perlindungan hukum yang diberikan kepada UMKM terkait praktik penetapan harga yang eksploitatif dengan menggunakan metodologi hukum normatif dan analisis legislatif. Analisis ini berpusat pada Pasal 20 Undang Undang No. 5 Tahun 1999 terkait Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 terkait Pedoman Pasal 20. Temuan penelitian menunjukkan bahwa regulasi menawarkan dasar normatif yang kuat; namun demikian, membuktikan unsur niat (*mens rea*) di antara pelaku bisnis tetap menjadi tantangan besar bagi penegakan hukum. Untuk meningkatkan perlindungan bagi UMKM dan konsumen, sangat penting untuk memperkuat KPPU dan memastikan kebijakan lintas sektor dikoordinasikan lebih erat.

Abstract: *Predatory pricing strategies in Indonesia's e-commerce sector, particularly through TikTok Shop, have sparked significant debate regarding the sustainability of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) as the backbone of the national economy. MSMEs employ more than 61% of the country's workforce and provide vital employment opportunities, yet remain vulnerable to aggressive pricing tactics by large platforms due to limited capital, digital literacy, and market access. TikTok Shop's aggressive measures such as deep discounts, subsidized free shipping, and shopping vouchers encourage consumer purchases even at a loss, thereby destabilizing market equilibrium, slowing MSME growth, and discouraging small business owners from investing. This object research to examine the law protections afforded to MSMEs against exploitative pricing practices by employing normative legal methodology and legislative analysis. The study concern on Article 20 of Law No. 5 of 1999 about Unfair Business Competition and Anti-Mnopoly Law, KPPU Regulation No. 6 of 2011 on the Guidelines for Article 20, Law No. 20 of 2008 on MSMEs. Findings reveal that while the regulatory framework provides a strong normative foundation, proving the element of intent (*mens rea*) among business actors remains a major challenge for enforcement. Strengthening the institutional foundation of KPPU and ensuring closer cross-sectoral policy coordination are essential to enhance protection for MSMEs and consumers in the digital marketplace.*

Article History

Received: December 06, 2025

Revised: December 09, 2025

Published: December 11, 2025

Keywords:

Predatory Pricing, UMKM, E-commerce, Hukum Persaingan Usaha, Perlindungan Konsumen

Keywords

Predatory Pricing, MSMEs, E-commerce, Competition Law, Consumer Protection



<https://doi.org/10.5281/zenodo.17912867>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#).



PENDAHULUAN

Selama dua puluh tahun terakhir, penggunaan teknologi digital telah membawa transformasi mendasar dalam dinamika operasional perdagangan baik di tingkat global maupun internasional. Baru-baru ini, *e-commerce* telah menjadi mekanisme penting untuk membeli dan memproduksi barang menggunakan platform online. Ini telah berkembang menjadi struktur ekonomi maju yang mencakup pemasaran algoritmik, logistik, keterlibatan sosial melalui media

digital, dan sistem pembayaran digital. Pasar Indonesia adalah salah satu yang paling menonjol di Asia Tenggara, dan industri ini sedang mengalami periode pertumbuhan yang signifikan di seluruh wilayah. Lebih dari 229 juta individu, atau lebih dari 80 persen populasi, menggunakan internet, seperti yang dilaporkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2025). Terjadi perubahan perilaku konsumen yang signifikan, dengan jumlah pembelian online mencapai 476 triliun rupiah, seperti yang dilaporkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2023. Implementasi perubahan ini tidak hanya memberikan kemungkinan baru bagi organisasi raksasa, tetapi juga menciptakan hambatan besar bagi UMKM, yang merupakan tulang punggung perekonomian negara.

Perekonomian Indonesia mendapatkan keuntungan signifikan dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pada tahun 2019, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2019) memperkirakan bahwa UMKM menyediakan lapangan kerja bagi hampir 97% penduduk usia produktif, dan berkontribusi lebih dari 61% terhadap produk domestik bruto (PDB). Karena kontribusi penting mereka, perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah diakui sebagai fondasi penting perekonomian negara serta dukungan utama bagi pembangunan inklusif. Meskipun demikian, ada sejumlah kesulitan yang dihadapi oleh UMKM sebagai akibat dampak signifikan dari platform digital global. Karena perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sering kali memiliki sumber daya yang lebih sedikit, teknologi yang kurang canggih, akses pasar yang terbatas, dan daya tawar yang lebih rendah dalam negosiasi, praktik bisnis yang diskriminatif dapat berdampak tidak proporsional pada jenis organisasi ini. Prevalensi strategi penetapan harga predator di TikTok Shop telah semakin menyioroti masalah ini.

TikTok Shop adalah situs web *e-commerce* sosial yang mengintegrasikan pembelian online dengan jejaring sosial. Strategi penetapan harga agresif ini mencegah perusahaan kecil dan menengah (UKM) yang tidak memiliki sumber daya keuangan dan infrastruktur teknis yang setara untuk dapat bersaing secara efektif. Konsekuensinya adalah penurunan penjualan yang signifikan pada usaha mikro, kecil, dan menengah, pengurangan tekanan persaingan, dan bahaya bagi kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang. Efek merugikan dari taktik penetapan harga predator termasuk dampak negatif pada usaha kecil dan penurunan kesetaraan pasar. Pelanggan mungkin menyimpulkan bahwa harga reguler suatu produk tidak setinggi sebenarnya jika harganya diturunkan secara drastis. Konsumen pada akhirnya akan membeli barang dari TikTok Shop jika UMKM tidak mampu bersaing dengan pendekatan harga ini. Hal ini mengakibatkan ketergantungan pada platform besar seiring waktu dan penurunan keragaman pasar. UU persaingan bisnis Indonesia, yang mewajibkan persaingan yang adil antar pelaku usaha, dilanggar oleh distorsi pasar ini.

Hal ini telah diakui oleh pemerintah Indonesia memiliki konsekuensi negatif bagi negara. Sebagai tanggapan terhadap hal ini, Kementerian Perdagangan kemudian menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023, yang membatasi operasi terkait perdagangan sosial. Penggunaan jaringan media sosial sebagai tempat perdagangan juga dilarang berdasarkan ketentuan UU ini. Dengan kata lain, media sosial dan *e-commerce* tidak dapat menjalankan fungsi yang sama secara bersamaan (Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 terkait Perizinan Berusaha di Sektor Perdagangan). Tujuannya adalah untuk melindungi UMKM agar tidak tersaingi oleh platform besar yang memiliki banyak uang dan teknologi. Namun, masih ada ketidakpastian apakah UU ini akan efektif karena masih memungkinkan terjadinya penetapan harga predator sebagai akibat dari promosi harga dan pengaturan subsidi yang ambigu.

KPPU (KPPU) bertanggung jawab untuk memastikan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 dipatuhi. Pasal UU ini mengatur pencegahan persaingan tidak sehat antar pelaku usaha serta

perilaku monopoli. Sebagaimana dinyatakan dalam ketentuan UU No. Artikel ini, yang merupakan bagian dari UU No. 5 Tahun 1999 terkait Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, secara eksplisit menyatakan bahwa pelaku usaha tidak berwenang menyediakan produk atau jasa dengan harga yang sangat murah sehingga tidak memungkinkan pelaku usaha lain untuk bersaing. Meskipun demikian, membuktikan bahwa pemilik perusahaan memiliki niat untuk menggunakan penetapan harga predator masih sangat menantang. Penting bagi KPPU untuk menetapkan bahwa tujuan strategi penetapan harga adalah untuk menghilangkan semua persaingan, bukan hanya untuk mengiklankan produk. Ketika berbicara terkait *e-commerce* lintas batas, masalah ini menjadi lebih menantang karena otoritas nasional tidak dapat mengakses semua data transaksi dan algoritma platform.

Selain itu, konsekuensi sosial yang mungkin timbul dari penerapan penetapan harga predator harus dipertimbangkan. Ketika UMKM terpinggirkan, mereka kehilangan sumber pendapatan, yang berdampak negatif pada keluarga dan masyarakat. Hal ini pada akhirnya dapat mengakibatkan kesenjangan status ekonomi antara perusahaan kecil yang hanya dapat beroperasi di wilayah mereka sendiri dan perusahaan raksasa yang mampu menghasilkan pendapatan secara global. Demokrasi ekonomi, yang didasarkan pada nilai-nilai keadilan, efisiensi, keberlanjutan, dan kemandirian, adalah pokok bahasan Pasal 33 UUD yang disahkan pada tahun 1945. Konsep-konsep ini terkait dengan kesenjangan ini.

Menurut konteks topik penelitian ini, penetapan harga predator di TikTok Shop bukan hanya masalah ekonomi; ini juga masalah yang bersifat hukum dan konstitusional. Implementasi UU yang melindungi usaha mikro, kecil, dan menengah adalah kebutuhan mutlak untuk mewujudkan demokrasi dan keadilan sosial di sektor bisnis bangsa ini. Hasil investigasi ini sangat penting untuk menilai efektivitas peraturan yang saat ini berlaku untuk melindungi UMKM dari strategi penetapan harga yang eksploitatif. Selain itu, penelitian ini penting untuk menyelidiki fungsi KPPU dan pemerintah dalam menerapkan UU persaingan di era digital.

Penelitian akademis yang relevan dengan penetapan harga predator dalam konteks *e-commerce* di Indonesia telah mengalami ekspansi yang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut temuan penelitian yang dilakukan oleh Suherman dan Rahayu (2022), individu menjual produk di platform Shopee dengan rugi dengan mengimpor komoditas dari negara lain dan menjualnya dengan harga lebih rendah dari biaya produksinya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perusahaan di daerah setempat mungkin terpaksa menutup pintunya dan pasar mungkin mengalami kekacauan jika harga naik ke tingkat yang sangat tinggi. Andinda, Lie, dan Putra (2022) melakukan penelitian terkait fenomena flash sale dalam *e-commerce* dan menemukan bahwa praktik ini seringkali mengakibatkan penurunan harga yang berlebihan, yang pada gilirannya mengganggu keseimbangan pasar.

Pongratte dkk. (2023) menekankan dampak promosi TikTok Live Streaming terhadap minat konsumen untuk melakukan pembelian, memberikan bukti bahwa taktik pemasaran berbasis interaksi sosial berpotensi meningkatkan keunggulan kompetitif bisnis besar. Makalah berjudul "Damayanti (2024)" menggunakan TikTok Shop sebagai contoh untuk menyelidiki penjualan di bawah nilai pasar melalui kacamata hukum persaingan dan prinsip-prinsip Syariah. Penulis menekankan perlunya memberikan perlindungan hukum bagi perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Nurusweta dan Setiawati (2024) menunjukkan bahwa strategi penetapan harga predator yang konon diterapkan melalui penjualan kilat di TikTok Shop tidak hanya berdampak pada pemilik usaha kecil, tetapi juga berpotensi menyebabkan ketidakstabilan di pasar secara keseluruhan. Ini adalah bukti bahwa fenomena tersebut memiliki pengaruh lebih dari sekadar pemilik usaha kecil. Meskipun penetapan harga predator telah menjadi subjek penelitian

yang substansial, menurut literatur, saat ini terdapat kekurangan penelitian yang berfokus pada efektivitas aturan dalam melindungi UMKM dari praktik penetapan harga predator di TikTok Shop.

Konstitusi Indonesia menetapkan landasan etika yang kuat untuk tujuan memberikan perlindungan bagi perusahaan kecil dan menengah (UKM). Pasal 1 ayat (3) UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa negara Indonesia adalah negara hukum. Konstitusi Republik Indonesia, yang disahkan pada tahun 1945 dua ribu Menurut Pasal 27 ayat (2) UUD yang ditetapkan pada tahun 1945, setiap orang berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak. Gagasan demokrasi ekonomi, yang didasarkan pada prinsip kolaborasi, keadilan, kemakmuran jangka panjang, dan kebebasan, diangkat ke permukaan dalam paragraf keempat Pasal 33 UUD 1945. Ide-ide ini menentang dominasi pasar oleh sejumlah kecil perusahaan raksasa, dan mereka mendukung tindakan pemerintah untuk melindungi usaha kecil dan menengah dari praktik perusahaan yang berpotensi merugikan.

Dalam karyanya yang berjudul Teori Murni Hukum, Hans Kelsen menekankan bahwa Grundnorm adalah dasar terakhir dalam sistem prinsip hukum yang dikenal sebagai hukum (Kelsen 1967). Dalam konteks kerangka hukum yang relevan, yang berkisar dari UUD 1945 hingga UU No. 5 Tahun 1999, kita diwajibkan untuk melakukan analisis taktik penetapan harga eksploitatif yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar. Konsep dasar ini menyatakan bahwa perilaku berpartisipasi dalam penjualan yang tidak menguntungkan untuk menyingkirkan pesaing seseorang adalah tidak bermoral dalam konteks persaingan komersial. Signifikansi peraturan sekunder, yang mengatur penegakan standar dasar, dibahas oleh H.L.A. Hart dalam *The Concept of Law* (Hart 1961). Peraturan No. yang dikeluarkan oleh KPPU Untuk memastikan apakah suatu praktik penetapan harga memenuhi syarat sebagai penetapan harga predator, seseorang dapat merujuk pada pedoman teknis yang terdapat dalam UU No. 6 Tahun 2011. Karena adanya peraturan sekunder, KPPU dan organisasi pengatur lainnya mampu memahami dan menerapkan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 secara lebih efektif. Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa hukum harus disesuaikan untuk memenuhi tuntutan masyarakat dengan menggunakan gagasan hukum progresif. Sangat penting bahwa peraturan melindungi UMKM dari dampak merugikan praktik penetapan harga predator, yang terkadang disamakan sebagai promosi atau metode pemasaran digital (Rahardjo 2006). Kewajiban pemerintah untuk memberikan perlindungan bagi UMKM diatur dalam Pasal 33 UUD 1945, yang menyatakan bahwa usaha-usaha ini berfungsi sebagai dasar perekonomian negara.

Karya yang telah dilakukan Peter Mahmud Marzuki telah memainkan peran penting dalam pengembangan teknik yang digunakan dalam penelitian hukum normatif. Marzuki memberikan definisi penelitian hukum normatif yang menggambarkan sebagai pemeriksaan yang memperlakukan norma hukum sebagai dokumen yang berwibawa dan wajib yang telah dihasilkan. Dalam persepsi individu, hukum tidak dilihat sebagai representasi perilaku masyarakat; sebaliknya, hukum dilihat sebagai kumpulan prinsip yang harus dipahami dari dalam (Marzuki, 2017). Penelitian hukum normatif berbeda dari penelitian sosial karena berfokus pada teks hukum, teori, dan putusan yang dibuat oleh pengadilan, sementara penelitian sosial lebih menekankan pada bukti nyata. Marzuki membedakan antara penelitian hukum normatif dan studi hukum empiris. Cara hukum beroperasi dalam situasi sehari-hari, seperti bagaimana petugas polisi bersikap atau bagaimana individu merespons UU, adalah fokus penyelidikan dalam bidang penelitian hukum empiris. Di sisi lain, studi hukum normatif menyelidiki apa yang seharusnya terjadi sesuai dengan norma-norma hukum. Penelitian normatif tidak secara langsung memantau perilaku individu atau perusahaan dalam diskusi terkait penetapan harga predator di TikTok Shop. Di sisi lain, hal ini

menyelidiki sejauh mana tindakan tersebut sesuai dengan hukum. Misalnya, Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 (UU No. 5 Tahun 1999 terkait Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. 1999) menarik perhatian pada pentingnya pendekatan hukum dalam hal ini sebagai jenis studi hukum normatif. Perspektif bahwa legislasi adalah instrumen terpenting adalah fokus utama dari pendekatan ini. Untuk memastikan apakah hukum sudah cukup, memiliki celah, atau tidak cukup kuat untuk mengatur isu-isu tertentu, metode hukum digunakan. Untuk mengetahui sejauh mana ketentuan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 terkait Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 terkait pedoman Pasal 20, dan Peraturan Menteri No. efektif, digunakan metode hukum. Dalam kasus TikTok Shop, UU No. 31 Tahun 2023, yang berkaitan dengan perizinan berusaha, relevan. Menyelidiki standar

Hal ini diperlukan untuk memastikan apakah pembatasan yang ada sudah cukup untuk melindungi UMKM dari penetapan harga yang tidak adil. Penelitian hukum normatif perlu diatur dan konsisten. Untuk melakukan penyelidikan yang komprehensif, para ahli hukum harus mampu membangun hubungan antara peraturan yang mengatur sistem hukum. Dalam hal isu penetapan harga predator, peneliti diwajibkan untuk membangun korelasi antara peraturan yang diuraikan dalam UU No. 5 Tahun 1999 terkait UMKM dan UU Perlindungan Konsumen Tahun 2008, juga dikenal sebagai UU No. 20. Interaksi yang ada antara aturan-aturan ini harus diperiksa untuk menentukan apakah kerangka hukum Indonesia memberikan perlindungan yang cukup bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. Tujuan penelitian hukum normatif bukan hanya untuk memberikan deskripsi norma; ia juga harus memberikan argumen hukum yang mampu membantu penyelesaian masalah. Memahami norma, doktrin, dan keputusan yang dibuat oleh pengadilan sangat penting untuk menyusun argumen hukum yang sah. Jika praktik penetapan harga predator terjadi di TikTok Shop, pembahasan hukum harus menyelidiki apakah perilaku ini sesuai dengan ketentuan yang diuraikan dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, kecukupan peraturan yang ada untuk melindungi UMKM, serta kebutuhan perbaikan kerangka peraturan.

Agar penelitian hukum normatif dapat dilakukan, sangat penting untuk menggunakan teknik interpretasi hukum yang sesuai. Di antara beberapa pendekatan yang dipertimbangkan adalah interpretasi gramatikal, interpretasi sistematis, interpretasi historis, dan interpretasi teleologis. Interpretasi sistematis berfungsi untuk menjelaskan hubungan antara norma; interpretasi teleologis berfungsi untuk menjelaskan tujuan atau sasaran mendasar dari suatu aturan; dan interpretasi historis berfungsi untuk memeriksa bagaimana norma muncul dalam situasi tertentu. Dalam hal penetapan harga predator, sangat penting untuk memahami tujuan teleologis Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999. Hal ini karena niat mendasar dari UU tersebut adalah untuk mendorong persaingan ekonomi yang adil dan melarang praktik merugikan yang membahayakan perusahaan kecil. Teori-teori yang dikemukakan oleh Peter Mahmud Marzuki memberikan kita dasar metodologis yang kuat untuk penyelidikan kita. Penelitian hukum normatif yang dilakukan dalam kerangka peraturan memberikan kemampuan kepada peneliti untuk menilai sejauh mana aturan berhasil melindungi UMKM dari taktik penetapan harga eksploitatif di TikTok Shop. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, perlu dilihat tujuan yang dimaksud dari standar hukum, interaksi mereka satu sama lain, dan peran yang mereka mainkan.

Fenomena penetapan harga eksploitatif, atau penjualan di bawah biaya, yang telah dilakukan melalui situs *e-commerce* sosial TikTok Shop adalah subjek penelitian yang menjadi fokus studi ini. Praktik penjualan sistematis dengan kerugian ini, dengan harga yang lebih rendah dari biaya produksi, mendorong kita untuk mempertanyakan isu-isu penting terkait efektivitas aturan persaingan di Indonesia. Bagaimana UMKM di Indonesia dilindungi secara hukum dari praktik penetapan harga predator dalam sektor *e-commerce* adalah pertanyaan pertama. Mata

pelajaran ini penting karena, meskipun UMKM merupakan komponen paling penting dari perekonomian nasional, mereka juga paling rentan terhadap dampak negatif dari praktik bisnis yang tidak etis. Poin kedua yang harus dijawab adalah sejauh mana peraturan perUUan saat ini melindungi usaha mikro, kecil, dan menengah dari taktik tidak adil di pasar online. Penyelidikan mendalam terhadap Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011, dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 akan diperlukan untuk menentukan apakah peraturan ini cukup dalam mengatasi masalah yang muncul sebagai akibat dari TikTok Shop.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menentukan berbagai perlindungan hukum yang tersedia bagi UMKM dalam menghadapi penetapan harga predator di pasar online, serta untuk menguji efisiensi peraturan saat ini dalam memberikan perlindungan hukum bagi usaha-usaha tersebut. Tujuan yang telah ditekankan di sini menunjukkan bahwa penekanan utama penelitian ini adalah pada analisis aturan yang berlaku saat ini dari sudut pandang normatif serta pada pemberian rekomendasi untuk peningkatan sistem regulasi di masa depan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan jawaban ilmiah terhadap isu-isu serta rekomendasi pragmatis bagi pembuat kebijakan, regulator, dan profesional industri.

Studi ini tidak biasa karena meneliti tren TikTok Shop sebagai sejenis perdagangan sosial yang mengakibatkan praktik penetapan harga predator, yang berdampak negatif langsung pada UMKM. Studi ini menyoroti integrasi media sosial dan *e-commerce*, yang menghadirkan isu-isu baru dalam penegakan hukum persaingan. Studi sebelumnya sebagian besar berfokus pada Shopee atau fenomena flash sale. TikTok Shop bukan hanya platform untuk membeli dan menjual produk; ini juga merupakan situs media sosial tempat individu dapat berinteraksi satu sama lain dan melakukan transaksi komersial. Karena aturan saat ini belum sepenuhnya mencakup aspek-aspek baru daya saing komersial ini, integrasi ini telah memperkenalkan dinamika baru. Melalui makalah ini, saya menambah khazanah pengetahuan yang ada terkait hukum persaingan dalam konteks Indonesia.

Penyelidikan ini mencakup aspek teoretis dan praktis dari pokok bahasan. Peran pemerintah adalah untuk melindungi usaha kecil, menengah, dan mikro dari sudut pandang hukum. Menurut Pasal 33 UUD yang dirumuskan pada tahun 1945, perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan prinsip demokrasi ekonomi, yang mengutamakan keterlibatan masyarakat dalam mengejar tujuan kemakmuran bersama dan dilaksanakan secara adil, berkelanjutan, dan mandiri. Konsep-konsep ini mendorong tindakan pemerintah untuk melindungi usaha kecil dan menengah dari praktik bisnis yang merugikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperkuat aturan, menyelaraskan kebijakan di berbagai sektor, dan meningkatkan kemampuan KPPU dalam memantau praktik penetapan harga yang berlebihan di era digital.

Studi yang sedang dilakukan memiliki pengaruh langsung tidak hanya pada kemajuan ilmu hukum, tetapi juga pada pembentukan kebijakan publik dan perlindungan pelaku usaha kecil di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk membangun dasar yang dapat digunakan oleh mereka yang bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan kebijakan untuk membuat pembatasan saat ini lebih efektif. Hal ini pada gilirannya akan membantu melindungi usaha kecil dan menengah (UKM) dari strategi penetapan harga yang eksploitatif. Diharapkan pula bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi kemajuan UU persaingan di Indonesia, sehingga mengatasi permasalahan yang timbul akibat munculnya fenomena TikTok Shop.

Signifikansi penggunaan metodologi interdisipliner disoroti dengan memeriksa deskripsi masalah dan tujuan penelitian. Tidak hanya hukum persaingan, tetapi juga hukum perlindungan konsumen, hukum komersial, dan hukum investasi semuanya relevan dengan perlindungan hukum yang diberikan kepada UMKM. Kerangka hukum yang memungkinkan penghentian taktik

penetapan harga yang menipu oleh entitas komersial disediakan oleh UU No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen, 1999). UU No. 20 Tahun 2008 terkait UMKM adalah peraturan perUUan yang disahkan untuk melindungi UMKM dari praktik bisnis yang tidak adil (UU No. 20 Tahun 2008 terkait Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 2008). Hukum yang mengatur perdagangan lintas batas diuraikan dalam UU No. 7 Tahun 2014 terkait Perdagangan (UU No. 7 Tahun 2014 terkait Perdagangan, 2014). Signifikansi harmonisasi regulasi lintas sektor untuk melindungi usaha kecil dan menengah (UKM) dari praktik penetapan harga predatoris disoroti oleh penelitian ini.

Selain itu, ada peristiwa yang terjadi dalam skala global yang berkontribusi pada signifikansi penelitian ini. Penetapan harga predator bukan hanya terjadi di satu tempat; ini adalah masalah global yang berdampak pada berbagai negara. Ada tuduhan bahwa perusahaan Alibaba, yang berbasis di China, dan Amazon, yang berbasis di Amerika Serikat, telah menggunakan strategi penetapan harga predator untuk menyingkirkan pesaing mereka dari pasar. Untuk melindungi perusahaan kecil dari pengaruh platform digital besar, Uni Eropa telah menetapkan serangkaian peraturan ketat. Karena itu, penelitian yang dilakukan memiliki implikasi di seluruh dunia karena memberikan bantuan dalam pembuatan aturan yang bertujuan untuk mengatasi masalah yang menjadi perhatian global.

Penelitian ini juga penting bagi masyarakat. Kesejahteraan keluarga dan masyarakat sangat terpengaruh ketika UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) menderita akibat penetapan harga predator karena kehilangan sumber pendapatan. Akibatnya, ada kemungkinan kesenjangan status ekonomi dapat berkembang antara usaha kecil, yang hanya beroperasi dalam satu area, dan korporasi raksasa, yang menghasilkan pendapatan dari seluruh dunia. Ada kebutuhan akan demokrasi ekonomi, sebagaimana diatur dalam Pasal 33 UUD 1945, namun kesenjangan ini terkait dengannya. Untuk memastikan masyarakat tetap dalam keadaan sehat, sangat penting bagi masyarakat untuk melakukan penelitian ini. Ketika penelitian ini dikontekstualisasikan dalam persyaratan konstitusional negara, menjadi jelas apa yang sedang diperiksa. Menurut Pasal 27 ayat (2) UUD yang ditetapkan pada tahun 1945, setiap orang berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak. Menurut paragraf keempat Pasal 33 UUD 1945, perekonomian nasional didirikan atas prinsip demokrasi ekonomi serta cita-cita keberlanjutan, kemandirian, kerja sama, dan keadilan. UMKM perlu dilindungi oleh pemerintah dari praktik bisnis negatif yang mungkin muncul sebagai akibat dari pembatasan ini. Sebagai hasilnya, untuk menjamin pemerintah menjalankan tanggung jawabnya dalam melindungi usaha mikro, kecil, dan menengah, penelitian ini sangat penting.

METODE PENELITIAN

Penyelidikan ini menggunakan metodologi penelitian hukum normatif, yang dikenal sebagai "dogmatische rechtswetenschap" dalam tradisi Belanda. Menurut studi hukum normatif, hukum seharusnya dikonseptualisasikan sebagai prinsip-prinsip yang mapan dan mengikat, yang juga dikenal sebagai hukum positif. Aturan-aturan ini dianggap otoritatif, berbeda dengan pengamatan terhadap perilaku suatu masyarakat. Fokus analisis ini adalah pada implementasi teks hukum, doktrin, dan putusan pengadilan dalam sistem hukum, dan analisis dilakukan dengan memeriksa setiap komponen ini. Penelitian ini tidak secara langsung menyelidiki perilaku konsumen atau praktik bisnis; melainkan, penelitian ini menilai kesesuaian strategi penetapan harga predator (misalnya, menjual di bawah biaya atau penetapan harga yang menipu) dengan kerangka hukum yang berlaku, khususnya Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terkait Monopoli dan Persaingan Usaha.

Berbagai jenis pendekatan tersebut meliputi pendekatan hukum, juga dikenal sebagai pendekatan basah, yang melibatkan pemeriksaan UU dan peraturan penting seperti Undang-undang

dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terkait Monopoli dan Persaingan Usaha, UU No. 20 Tahun 2008 terkait UMKM, UU No. 7 Tahun 2014 terkait Perdagangan, Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 terkait Pedoman Pasal 20, dan Permndag No. 31 Tahun 2023. Teknik kedua disebut sebagai pendekatan konsep, atau pendekatan konseptual. Ini adalah pemeriksaan ide-ide hukum penting yang dibahas dalam literatur hukum Belanda dan internasional. Topik ini meliputi penentuan harga predator, harga dibawah pasar, dan hukum persaingan. Urgensi analisis ini meningkat pemahaman terkait penetapan harga dibawah pasar yang diinterpretasikan dalam berbagai tradisi hukum yang berbeda, yang pada gilirannya memudahkan untuk membandingkannya dengan bagaimana hal itu diterapkan di Indonesia.

Dalam penyelidikan khusus ini, materi hukum yang digunakan dibagi menjadi tiga kelompok terpisah. Di antara sumber hukum utama adalah peraturan yang disebutkan di atas, dengan penekanan khusus pada UUD 1945, UU No. 5 Tahun 1999, UU No. 20 Tahun 2008, UU No. 8 Tahun 1999, UU No. 7 Tahun 2014, Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023, dan Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011. Kategori sumber hukum sekunder mencakup makalah ilmiah, konferensi, majalah, publikasi ilmiah, dan konsep yurisprudensi yang telah ditetapkan oleh para ahli hukum. Klasifikasi ini mencakup, tetapi tidak terbatas pada, teori Grundnorm, yang dikembangkan oleh Hans Kelsen, gagasan norma sekunder, yang dikemukakan oleh H.L.A. Hart, teori hukum progresif, yang dikembangkan oleh Satjipto Rahardjo, dan teknik penelitian hukum normatif, yang dibuat oleh Peter Mahmud Marzuki. Untuk meningkatkan analisis komparatif, digunakan literatur dari Belanda mengenai yurisprudensi dogmatis dan interpretasi hukum. Publikasi hukum tersier meliputi kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan sumber daya lain yang menawarkan definisi serta penjelasan konseptual.

Interpretasi hukum, yang mencakup berbagai pendekatan berbeda, merupakan metode analitis yang digunakan dalam penyelidikan ini. Memahami interpretasi gramatikal kata-kata sangat penting untuk memahami maknanya sebagaimana yang muncul dalam dokumen hukum. Salah satu contohnya adalah Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, yang menyatakan, "harga dibawah pasar." Untuk menganalisis norma dalam kaitannya dengan norma lain, digunakan interpretasi sistematis. Metode analisis ini diterapkan pada korelasi antara UU No. 20 Tahun 2008 dan pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dan, yang keduanya berkaitan dengan UMKM. Untuk menjelaskan bagaimana norma terbentuk, digunakan interpretasi sejarah; ini termasuk pengaruh hukum Belanda dan Uni Eropa terhadap hukum persaingan Indonesia. Interpretasi teleologis memungkinkan kita melihat bahwa tujuan norma adalah untuk menjaga persaingan komersial yang sehat, serta mencegah perilaku yang menyebabkan UMKM kehilangan uang dan dirugikan.

Kerangka analisis penelitian ini dilakukan dalam tiga tahap yang relatif. Maka perlu dijalankan dalam penentuan UU yang berkaitan dengan penetapan harga predator relevan di TikTok Shop. Langkah kedua melibatkan evaluasi sejauh mana praktik penetapan harga predator sesuai dengan kerangka hukum yang disebutkan di atas. Misalnya, perlu ditentukan apakah praktik-praktik ini memenuhi persyaratan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999. Langkah ketiga adalah mengevaluasi efektivitas peraturan dalam melindungi UMKM dengan memutuskan apakah peraturan yang ada saat ini sudah cukup atau apakah ada celah hukum yang perlu diatasi.

Tujuan penyelidikan ini dalam hal metodologi adalah untuk merumuskan argumen yang mendukung hukum secara sistematis, konsisten, dan akademis. Dalam konteks memberikan rekomendasi untuk potensi perubahan peraturan di masa depan, penalaran hukum didasarkan pada interpretasi norma, doktrin, dan putusan pengadilan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemajuan hukum persaingan di Indonesia dengan memanfaatkan metode penelitian hukum normatif. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan landasan bagi pembuat kebijakan guna meningkatkan perlindungan hukum bagi UMKM terhadap praktik penetapan harga predator dalam era

digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik penetapan harga ekstrem mungkin berdampak mengganggu pasar dan mengancam kelangsungan hidup jangka panjang usaha kecil dan menengah, seperti yang ditunjukkan oleh fakta bahwa menjual di bawah biaya atau merugi melalui TikTok Shop adalah hal yang umum terjadi. Untuk menurunkan harga ke tingkat yang tidak secara akurat mencerminkan biaya sebenarnya untuk memproduksi suatu produk, TikTok Shop menggunakan strategi seperti obral kilat, diskon besar, dan subsidi harga. Dalam konteks hukum Belanda, pendekatan penetapan harga tertentu ini disebut sebagai "roofprijzen" atau "predatory pricing." Alasan pengaturannya bukan efisiensi, melainkan untuk menyingkirkan pesaing. Menurut hukum persaingan, penetapan harga predator diklasifikasikan sebagai sejenis penyalahgunaan posisi dominan. Situasi TikTok Shop menunjukkan bahwa, meskipun taktik penetapan harga predator dilarang secara hukum di Indonesia, pembatasan yang ada saat ini tidak cukup untuk memberikan perlindungan efektif bagi UMKM yang secara langsung terdampak oleh teknik ini. Praktik penjualan barang dan jasa dengan harga di bawah biaya produksi dilarang secara tegas menurut Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 terkait Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Wewenang untuk mengambil tindakan terhadap perusahaan yang menjual produk dengan harga sangat rendah, sehingga membuat bisnis lain tidak mungkin beroperasi, diberikan kepada KPPU oleh peraturan ini.

Meskipun demikian, sangat sulit untuk membuktikan bahwa pelanggaran Pasal 20 terjadi dalam kasus TikTok Shop. KPPU memiliki kewajiban untuk membuktikan bahwa harga yang mereka tawarkan benar-benar lebih rendah dari biaya produksi barang dan bahwa hal ini dilakukan untuk menyingkirkan pesaing mereka. Meskipun kasus TikTok Shop berdampak signifikan pada perusahaan kecil, sulit untuk mengajukan gugatan terhadap TikTok karena tidak ada standar pembuktian yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara norma-norma yang dikodifikasi yang dikenal sebagai hukum positif dan aktivitas aktual yang terjadi di pasar digital. Di pasar ini, metode penetapan harga tidak lagi hanya mencerminkan biaya produksi; mereka juga mencakup subsidi internal dan algoritma untuk distribusi informasi.

Tujuan utama Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 terkait Pedoman Pasal 20 adalah untuk mengembangkan kerangka teknis yang komprehensif guna mengevaluasi strategi penetapan harga predator (Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 terkait Pedoman Pasal 20, 2011). Pedoman ini sangat menekankan pentingnya mengevaluasi dampak strategi penetapan harga dan struktur biaya terhadap bisnis lain. Namun, TikTok Shop belum berada pada tahap di mana peraturan seperti itu sudah memadai. TikTok Shop memiliki strategi bisnis yang bergantung pada subsidi dan algoritma distribusi konten, yang berarti harga barang yang mereka jual mungkin tidak selalu mencerminkan biaya produksi normal barang tersebut secara akurat. Akibatnya, aturan KPPU tidak mungkin menentukan apakah pendekatan harga TikTok Shop memenuhi kriteria penetapan harga predator. Rekomendasi ini belum sepenuhnya berhasil dalam memenuhi kebutuhan akan interpretasi hukum yang mampu mengatasi fenomena perdagangan digital dari sudut pandang yurisprudensi dogmatis.

Pengembangan Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 merupakan hasil dari fenomena TikTok Shop. Menurut peraturan ini, tidak diperbolehkan mengintegrasikan jejaring sosial dan e-commerce dalam aplikasi yang sama. Karena itu, TikTok Shop diwajibkan memisahkan kemampuan jejaring sosial dan e-commerce-nya. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mencegah pasar lokal didominasi oleh platform internet besar. Namun, masalah harga tidak diatur oleh ketentuan tersebut. TikTok Shop masih mampu menggunakan taktik diskon yang sangat besar

bahkan setelah operasi aplikasi dipisahkan. Oleh karena itu, masalah tersebut hanya sebagian diatasi oleh Permendag 31/2023, dan masalah tersebut adalah integrasi aplikasi. Ini tidak membahas masalah inti, yaitu penetapan harga predator dan dampak negatifnya terhadap UMKM. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 terkait UMKM, pemerintah wajib mengambil langkah-langkah untuk melindungi UMKM dari terlibat dalam kegiatan bisnis yang tidak etis. Hingga saat ini, TikTok Shop belum sepenuhnya mengakomodasi kebutuhan ini. Menghadapi taktik penetapan harga yang agresif, usaha kecil dan menengah di daerah setempat tidak mendapatkan perlindungan khusus dari pemerintah. Tidak ada kemungkinan perlindungan UMKM dapat dikaitkan dengan penegakan hukum persaingan. Jadi, meskipun ada dasar hukum untuk melindungi usaha mikro, kecil, dan menengah, mereka tetap menjadi korban. Hal ini menunjukkan, dari sudut pandang hukum persaingan, bahwa pemilik perusahaan kecil tidak mendapatkan banyak perlindungan dari lembaga.

TikTok Shop juga tunduk pada ketentuan UU No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen. Individu sering kali tertipu untuk membeli produk karena diskon yang luar biasa dan penawaran besar-besaran di platform tersebut. Biaya produk yang murah membuat orang ingin membelinya, tetapi mereka gagal melihat bahwa hal ini berdampak negatif pada perusahaan kecil dan mengurangi variasi pilihan yang tersedia di pasar. Menurut Pasal 10 UU Perlindungan Konsumen, dilarang menjual produk dengan cara yang menyesatkan. Namun, peraturan ini lebih erat kaitannya dengan perlindungan usaha kecil dan menengah daripada konsumen. Oleh karena itu, meskipun UU Perlindungan Konsumen dapat digunakan untuk mencegah iklan yang menyesatkan, UU tersebut tidak cukup efektif dalam melindungi UMKM dari dampak penetapan harga predator di TikTok Shop. Mengenai penetapan harga predator di TikTok Shop, UU belum memberikan perlindungan yang cukup bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. Persyaratan tersebut diuraikan dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, meskipun sulit untuk dibuktikan. Panduan teknis diberikan oleh Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011; namun, hal itu belum sesuai dengan model bisnis digital. Cara aplikasi dapat berkolaborasi dibatasi oleh Permendag No. 31 Tahun 2023; namun, peraturan harga tidak ditetapkan oleh dokumen ini. UMKM wajib dilindungi, menurut UU No. 20 Tahun 2008, meskipun efektivitas UU ini dalam mencapai tujuan tersebut tidak terlalu tinggi. Meskipun UU No. 8 Tahun 1999 menawarkan perlindungan bagi konsumen, UU tersebut tidak memberikan perlindungan langsung bagi UMKM. Jelas dari kasus TikTok Shop bahwa peraturan yang kita miliki saat ini tidak efektif dalam melindungi UMKM di era digital kontemporer.

Akibatnya, saat ini tidak ada perlindungan hukum yang memadai untuk usaha mikro, kecil, dan menengah terkait penetapan harga predator di TikTok Shop. Kekhawatiran yang muncul sebagai akibat dari e-commerce belum mampu diatasi oleh peraturan perUUan yang sudah ada. Oleh karena itu, untuk meningkatkan peraturan perUUan bagi UMKM, upaya-upaya khusus harus dilakukan. Dalam keadaan yang melibatkan penetapan harga predator, harus ada tolok ukur yang jelas untuk membuktikan kesalahan, seperti menggunakan konsep AKZO dalam kaitannya dengan biaya variabel rata-rata. Kedua, penegakan UU persaingan dan perlindungan usaha mikro, kecil, dan menengah diperlukan untuk berjalan seiring agar UU No. 20 Tahun 2008 dapat dilaksanakan secara efisien. Ketiga, perlu dibuat UU khusus mengenai penetapan harga predator dalam perdagangan sosial untuk memiliki tingkat kontrol yang lebih besar terhadap tren TikTok Shop. Keempat, KPPU seharusnya memiliki kemampuan untuk melakukan pemeriksaan ekonomi yang lebih mendalam terhadap rencana penetapan harga perusahaan digital. UMKM mungkin mendapatkan perlindungan hukum yang lebih kuat dan manfaat dari peraturan yang lebih efektif sebagai hasil dari langkah-langkah ini.

Ada masalah signifikan dengan UU Indonesia terkait pencegahan individu menggunakan TikTok Shop untuk menjual produk dengan harga di bawah biaya mereka. Pembatasan normatif ditetapkan oleh Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, meskipun tidak memberikan tingkat biaya yang dapat diukur. Ketika penyelidik diminta untuk membedakan antara harga promosi yang sah dan teknik penetapan harga predator yang sistematis, KPPU mengalami kesulitan dengan prosedur mereka. Penerapan program subsidi dan algoritma distribusi konten oleh TikTok Shop membuat tidak mungkin untuk membangun hubungan yang jelas antara harga yang dibayarkan konsumen untuk suatu produk dan biaya yang terlibat dalam produksinya.

Kerangka kerja yang lebih deskriptif daripada preskriptif ditetapkan oleh persyaratan Pasal 20, yang didefinisikan dalam Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011. Untuk memastikan apakah seseorang menjual sesuatu di bawah biaya produksi atau tidak, penyelidik harus memiliki informasi yang mencakup biaya variabel rata-rata dan biaya total rata-rata. Batasan yang tepat yang dikenakan pada definisi pendekatan penetapan harga sementara, berulang, dan bertarget dalam sektor pasar tertentu diperlukan oleh otoritas pengatur. Untuk memungkinkan verifikasi tanpa bergantung pada asumsi, platform digital diharapkan mengungkapkan harga dan subsidi.

Menurut Permendag No. 31 Tahun 2023, peran media sosial dan perdagangan harus dibedakan satu sama lain; namun, peraturan ini tidak menyebutkan kekhawatiran apa pun mengenai pengoperasian algoritma, subsidi, atau harga. Melalui program eksklusif, insentif vendor, dan kampanye yang menurunkan harga di bawah biaya barang, TikTok Shop terus memberikan penghematan besar. Pemerintah membutuhkan alat teknologi untuk mengevaluasi dampak kampanye penetapan harga terhadap usaha kecil dan menengah.

Regulasi di sektor ini perlu memasukkan klausul-klausul spesifik yang mencegah penetapan harga predator dalam perdagangan sosial, bersama dengan prosedur untuk memverifikasi bahwa pelanggaran tersebut telah terjadi. Pemeliharaan, penguatan, dan pengembangan ekosistem usaha kecil merupakan persyaratan yang ditetapkan dalam UU No. 20 Tahun 2008 terkait UMKM. Karena tidak ada silang referensi antara UU No. 5 Tahun 1999 dan peraturan KPPU, UU ini belum diakui sebagai norma operasional untuk tujuan penegakan persaingan. Ketika biaya terkait atap menjadi kendala signifikan bagi usaha kecil dan menengah (UKM) yang beroperasi di industri tertentu, pemerintah perlu membuat UU yang memerlukan kerja sama antar beberapa kementerian. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah diwajibkan untuk menetapkan proses yang efektif untuk pengalihan kasus ke KPPU dan Kementerian Perdagangan guna menghindari destabilisasi pasar.

Iklan palsu diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen. UU ini memberikan daftar tindakan yang dapat diambil masyarakat ketika mereka menemukan iklan-iklan tersebut. Namun, UU tersebut tidak mencakup UU apa pun yang berkaitan dengan penetapan harga yang tidak adil. Untuk memfasilitasi penilaian bersamaan terhadap kampanye harga ekstrem dari dua sudut pandang terpisah, otoritas pengatur sedang berupaya menggabungkan pengawasan promosi dan persaingan. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menyediakan sistem yang memungkinkan penilaian cepat dalam situasi di mana promosi diskon berdampak merugikan pada profitabilitas UMKM serta menciptakan bahaya yang dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Basis data transaksi dan margin yang terverifikasi diperlukan untuk mencapai keberhasilan dalam penegakan hukum terpadu. Fakta bahwa tidak ada koordinasi yang efisien antara KPPU, Kementerian Perdagangan, dan Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa lembaga-lembaga ini tidak dilengkapi dengan sumber daya yang diperlukan atau tidak memiliki cukup kekuasaan.

Setiap lembaga memiliki misi sektoralnya sendiri, dan tidak ada struktur komando pusat

yang mengoordinasikan respons kebijakan ketika platform digital berdampak merugikan pada persaingan. Sangat penting bagi pemerintah untuk membentuk gugus tugas yang memiliki sumber daya yang diperlukan untuk melakukan kegiatan analitis, investigasi, dan regulasi yang terintegrasi. Satuan tugas ini harus terdiri dari anggota dari berbagai sektor. Penting bagi gugus tugas ini untuk memiliki kemampuan memperoleh data dari platform serta kemampuan untuk mengenakan sanksi kepada platform yang tidak kooperatif.

Aturan yang diuraikan dalam Pasal 20 harus mencakup tolok ukur bukti yang jelas, sesuai dengan prinsip-prinsip normatif. KPPU diwajibkan untuk menetapkan biaya total rata-rata serta biaya variabel rata-rata sebagai bagian dari referensi teknis. Menjadi tanggung jawab KPPU untuk menghasilkan indikator perilaku harga yang terstandarisasi yang mencerminkan tujuan eksklusif. Pengaruh terhadap margin keuntungan pesaing perusahaan, lamanya diskon berlaku, frekuensi kegiatan promosi dilakukan, dan hal-hal yang disertakan semuanya perlu dipertimbangkan. Teknik ekonometrika harus digunakan oleh KPPU jika mereka tertarik untuk memahami apa yang terjadi pada permintaan dan bagaimana harga pulih setelah keluarnya pesaing dari pasar.

Saran sektoral menunjukkan bahwa bahasa yang melarang harga atap (penentuan harga predator) dalam perdagangan sosial harus dimasukkan ke dalam Peraturan Perdagangan No. 31 Tahun 2023, yang mengharuskan peraturan tersebut direvisi. Untuk memastikan harga tidak turun di bawah batas biaya yang telah ditetapkan oleh regulator, Kementerian Perdagangan harus mewajibkan platform untuk menerapkan peraturan yang membatasi total pengurangan. Menjadi tanggung jawab Kementerian Perdagangan untuk memastikan bahwa algoritma distribusi konten transparan dan adil guna mencegah pesaing yang lebih kecil tersingkir dari pasar. Kementerian Perdagangan harus mewajibkan kampanye penetapan harga skala besar untuk menjalani audit independen dan kemudian mempublikasikan ringkasan temuan agar masyarakat umum dapat meminta pertanggungjawaban pemerintah.

Menurut proposal kelembagaan, misi usaha kecil dan menengah (UKM) harus dimasukkan ke dalam penegakan persaingan. Untuk menetapkan aturan yang menentukan tanggal pasti pengajuan kasus, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah serta KPPU harus bekerja sama. Untuk membantu perusahaan kecil dan menengah (UKM) dalam menyusun laporan yang mencakup bukti penetapan harga predator, pemerintah harus menyediakan sistem bantuan hukum dan teknis. Disarankan agar pemerintah menyusun program insentif kepatuhan bagi platform digital yang secara proaktif menerapkan peraturan untuk mencegah penjualan yang terjadi dengan harga di bawah biaya.

Dasar Konstitusi memperjelas bahwa aturan harus segera diperkuat. Perekonomian nasional, menurut Pasal 33 UUD 1945, harus didasarkan pada prinsip keadilan, keberlanjutan, dan kolektivitas. Pemerintah bertanggung jawab untuk mengakhiri distorsi pasar yang menyulitkan pemilik perusahaan kecil untuk berhasil karena taktik penetapan harga predator. Untuk menjamin pasar transparan dan bermanfaat bagi semua pemangku kepentingan, menjadi tanggung jawab mereka yang menetapkan kebijakan untuk memastikan adanya koordinasi yang tepat antara kebijakan persaingan, upaya memfasilitasi perdagangan digital, dan langkah-langkah untuk melindungi UMKM.

SIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa praktik penjualan di bawah biaya (menjual di bawah biaya produksi) melalui TikTok Shop merupakan ancaman signifikan terhadap kelangsungan hidup UMKM di Indonesia. Strategi penetapan harga predator, seperti diskon besar-besaran, obral kilat, dan subsidi untuk platform itu sendiri, membuat pasar kurang kompetitif bagi usaha kecil. Pasal

20 UU No. 5 Tahun 1999 membuat hal-hal semacam ini ilegal, tetapi sulit untuk membuktikannya dalam praktiknya karena tidak ada standar biaya yang jelas. Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 hanya memberikan kerangka umum tanpa indikator kuantitatif yang konsisten. Hal ini menyulitkan penyelidik untuk menunjukkan bahwa para pengusaha ingin menyingkirkan pesaing mereka. Permendag No. 31 Tahun 2023 membatasi penggabungan media sosial dan *e-commerce*, tetapi tidak menyebutkan apa pun terkait harga, sehingga TikTok Shop masih bisa menggunakan strategi diskon ekstrem. UU No. 20 Tahun 2008 terkait UMKM menyatakan bahwa UMKM harus dilindungi, tetapi tidak menyebutkan bagaimana cara menegakkan hukum persaingan. UU No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen lebih berfokus pada perlindungan konsumen daripada usaha kecil. Aturan ini tidak terlalu kuat, yang menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi UMKM terhadap penetapan harga predator di TikTok Shop masih lemah dan tidak efektif. Pasal 33 UUD 1945 menyatakan bahwa negara memiliki kewajiban konstitusional untuk memastikan perekonomian nasional berjalan sesuai dengan prinsip kolektivitas, keadilan, dan keberlanjutan.

SARAN

KPPU perlu menetapkan standar bukti yang lebih jelas, seperti aturan AKZO terkait biaya variabel rata-rata dan biaya total rata-rata. Pemerintah perlu memastikan bahwa perlindungan UMKM menjadi bagian dari penegakan hukum persaingan usaha agar UU No. 20 Tahun 2008 dapat dilaksanakan sepenuhnya. Aturan perdagangan digital perlu diperketat, dengan aturan yang jelas terhadap penetapan harga predator dalam perdagangan sosial, agar tren TikTok Shop dapat dikendalikan dengan lebih baik. Kemampuan KPPU untuk menjalankan tugasnya perlu ditingkatkan dengan melihat lebih dekat bagaimana bisnis digital menetapkan harga mereka. Pemerintah perlu membentuk gugus tugas yang bekerja lintas sektor dan memiliki kewenangan untuk menganalisis, menyelidiki, dan mengatur, serta mengakses data platform. Pemerintah juga perlu mencari cara untuk memberikan penghargaan kepada platform yang secara aktif menegakkan aturan terhadap penjualan di bawah biaya. Perlindungan hukum bagi UMKM harus dilihat sebagai bagian penting dari konstitusi, bukan hanya kebijakan untuk satu kelompok bisnis.

REFERENSI

- Andinda, Chica Octa, Gunardi Lie, and Moody Rizqy Syailendra Putra. 2022. "Analisis Predatory Pricing Dalam Praktik Flash Sale Dengan Fitur Live Streaming Pada Aplikasi TikTok." *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 7 (10). <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i10.12915>.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2025. "Survei Penetrasi Internet Dan Perilaku Penggunaan Internet 2025." In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Jakarta. <https://survei.apjii.or.id/>.
- Bank Indonesia. 2023. *Laporan Nilai Transaksi E Commerce Indonesia*. Jakarta.
- Hart, H.L.A. 1961. *The Concept of Law*. Oxford: Clarendon Press.
- Kelsen, Hans. 1967. *Pure Theory of Law*. University of California Press.
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2019. *Data Kontribusi UMKM Terhadap PDB Dan Tenaga Kerja*. Jakarta.
- Marzuki, Peter Mahmud. 2017. *Penelitian Hukum*. Edisi Revi. Jakarta: Kencana.
- Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20. (2011).
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha Di Bidang Perdagangan. (2023).

- Pongratte, Listra Jesika, Jingli Liu, Monica Dita Pravita Widya Putri, and Adouko Paulin. 2023. "The Effect of Promotion via TikTok Live Streaming on Consumers' Buying Interest in Clothing Products." *Open Journal of Social Sciences* 11: 333-347. <https://doi.org/https://doi.org/10.4236/jss.2023.114024>.
- Rahardjo, Satjipto. 2006. *Hukum Progresif: Sebuah Sintesa Hukum Indonesia*. Jakarta: Kompas.
- Rahayu, Adinda Suci, and Suherman. 2022. "Analisis Dugaan Praktek Jual Rugi Produk Impor Melalui Situs E Commerce Shopee." *UNES Law Review* 4 (4). <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v4i4.264>.
- Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. (2000).
- Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. (2008).
- Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. (1999).
- Undang Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. (2014).
- Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. (1999).