

***Predatory pricing Pada Program 12.12 Birthday Sale PT. Shopee
Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha***



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum Pada
Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya*

oleh:

**Fahreyzi Havier Dante Buol
02011282126210**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDRALAYA**

2025

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS HUKUM
INDRALAYA

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fahreyzi Havier Dante Buol
NIM : 02011282126210
Program Kekhususan : HUKUM PERDATA

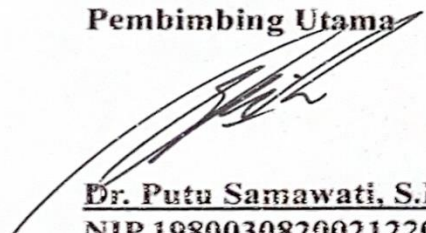
JUDUL SKRIPSI

**PREDATORY PRICING PADA PROGRAM 12.12 BIRTHDAY SALE PT.
SHOPEE INDONESIA DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM
PERSAINGAN USAHA**

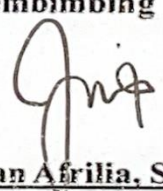
Indralaya, 14 Mei 2025

Menyetujui:

Pembimbing Utama


Dr. Putu Samawati, S.H., M.H.
NIP.198003082002122002

Pembimbing Pembantu


Dian Afrilia, S.H., M.H.
NIP.198204132015042003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Sriwijaya




Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum
NIP.196606171990011001

LEMBAR PERNYATAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

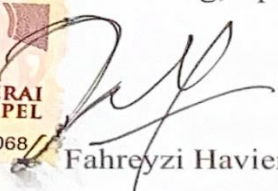
Nama Mahasiswa : Fahreyzi Havier Dante Buol
Nomor Induk Mahasiswa : 02011282126210
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang/ 24 Maret 2024
Fakultas : Hukum
Strata Pendidikan : S-1
Program Studi : Ilmu Hukum
Program Kekhususan : Hukum Perdata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak memuat bahan yang sebelumnya diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun tanpa mencantumkan sumbernya. Skripsi ini juga tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah dipublikasikan atau ditulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumbernya dalam teks.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, apabila terbukti bahwa saya telah melakukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul di kemudian hari sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Palembang, April 2025




Fahreyzi Havier Dante Buol

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“if you are born poor it’s not your mistake, but if you die poor it’s your mistake”

(Bill Gates)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan; Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

(Al-Insyirah ayat 5 & ayat 6)

Dipersembahkan kepada:

- Allah SWT
- Umi Erita Novianti
- Prof. Erry Y.T. Adesta
- Mami Tritayana
- Fayez G.M Adesta
- Anisatul Fadila
- Seluruh Orang yang
Sangat berperan dalam
Kehidupan penulis
- Almamater serta Nusa
dan Bangsa

KATA PENGANTAR

Puji diiringi dengan syukur atas kehadiran Allah S.W.T. Tuhan yang maha Esa karna atas berkat, rahmat serta ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “***Predatory pricing Pada Program 12.12 Birthday Sale PT. Shopee Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha***” tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memberikan sumbangsih pemikiran dalam dunia akademisi terkhusus dalam hukum persaingan usaha serta diperuntukan untuk memenuhi kualifikasi maupun persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Bagian Hukum Perdata di Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya. Penulisan Skirpsi ini tentunya tidak akan bisa dilakukan tanpa adanya motivasi serta bantuan dari keluarga, teman serta yang terkasih. Penulis sangat meyakini serta memahami bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta tidak luput dari kesalahan. Hal ini membuat penulis memiliki kelapangan dada dalam menerima berbagai saran, kritik, serta komentar sehingga dapat menyempurnakan pemikiran yang telah penulis tuangkan dalam skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat berguna serta bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi para pembaca

Palembang, Januari 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Seperti yang telah disebutkan dalam kata pengantar bahwa skripsi yang telah dibuat ini tidak lepas dari berbagai bantuan dan dukungan berbagai pihak. oleh karna itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kepada Allah S.W.T., yang telah memberikan ridho, berkat serta rahmatnya agar skripsi ini dapat dibuat dengan selancar lancarnya dan tepat waktu.
2. Kepada Nabi Muhammad S.A.W yang telah membawakan umat manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang menerang, serta menjadi panutan penulis dalam hal *habluminallah & habluminannas*.
3. Kepada Umi Erita Novianti, S.H., yang telah mendidik, membesarkan membentuk kepribadian serta selalu memberikan dukungan terhadap seluruh kegiatan dan hal yang penulis hadapi. Sekali lagi terimakasih banyak Umiiii
4. Kepada Papi Erry Yulian Triblas Adesta, yang telah memberikan dukungan serta Pendidikan kehidupan yang tidak bisa didapatkan diperguruan tinggi, selalu mengingatkan penulis untuk selalu menjadi pribadi yang lebih baik serta siap dan siaga dalam merespon situasi situasi kehidupan.
5. Kepada Mami Tritayana Adesta, yang telah memberikan dukungan moral, dukungan finansial serta memberikan semangat kapada penulis agar dapat menyelesaikan penilisan skripsi ini
6. Kepada Fayez G.M. Adesta, LL.B (Honours), M.Si, atas segala bimbingan akademik maupun non akademik dan dukungan yang bersifat material maupun

non material, terimakasih karna telah memberikan arahan dan menjadi abang yang paling bisa dipercaya

7. Kepada Adesta Family yang menjadi motivator penulis dalam menggapai cita cita dan berjuang dalam Pendidikan
8. Kepada My Luvv Anisatul Fadila, yang telah memberikan Cahaya penerang dalam hidup penulis, membawakan kebahagiaan disetiap hari, dan menjadi tempat istirahat yang paling nyaman ketika penulis mengalami kesulitan. Penulisan ini tidak dapat selesai jika tanpa *support* mental darinya. I love u sayangg
9. Kepada Sist Gan, Ara, Sadya, Zahra, Zalia, Aul, Nuyul, Fahri, Dafi, Reza yang telah menjadi teman teman pertama ku di kuliah, terimakasih atas pertamanan hangat yang kalian berikan meskipun perpecahan yang menjadi memori terakhir persahabatan kita ber sepuluh. Sehat sehat buat kalian semua
10. Kepada Rileksasi, terimakasih telah bareng bareng pas awal kuliah, jujur penulis merasa sangat keren ketika bergabung dengan grup ini, karna di isi oleh anak anak hits laki laki FH 21. Penulis berharap dapat berkumpul bersama sama kembali
11. Kepada Positive Boys, Fakhri, Andika Dafi, Dika, Irvan, Andre Josep, terimakasih sudah menjadi teman yang dapat penulis percaya, terimakasih atas dukungan yang selalu diberikan dan terimakasih karna telah berbagi momen momen yang menyenangkan kepada penulis

12. Kepada Joseph, yang telah banyak membantu urusan transportasi, selalu menebengi penulis dalam hal kuliah, ada ketika penulis susah, saudara seperjuangan, semakan, seminum, hanya saja tidak seagama. Sukses terus buat kakak aku satu ini, HORAS!!!
13. Kepada Risdan, Pak Dir Kuh, terimakasih banyak atas tumpangan yang selalu diberikan, tidak terbayangkan oleh penulis ketika datang ke acara program ALSA tanpa adanya risdan. Terimakasih banyak sudah mempercayai Academic Activity kepada teman mu ini.
14. Kepada ALSA LC UNSRI, terimakasih telah memberikan pembelajaran serta pengalaman yang bermanfaat serta manis untuk dikenang namun tidak untuk diulangi. Semoga ALSA LC Unsri dapat memberikan kontribusi terhadap sosial maupun mahasiswa itu sendiri
15. Terimakasih kepada Ibu Putu dan Ibu Dian karna telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

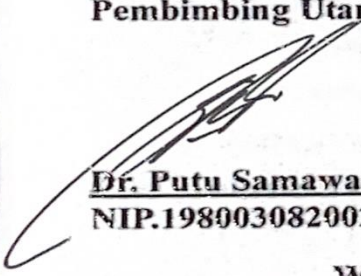
ABSTRAK

Praktik *Predatory pricing* merupakan tindakan anti-persaingan yang bertujuan untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing dengan cara melakukan penetapan harga di bawah *average variable cost* (AVC). Tindakan ini mengakibatkan matinya persaingan pada pasar bersangkutan dan menyebabkan persaingan usaha tidak sehat, situasi ini menyebabkan tidak adanya peningkatan kualitas, inovasi, atau pemberian layanan lebih baik dikarenakan pelaku usaha *predator* tidak memiliki pelaku usaha pesaing dalam pasar bersangkutan. Dalam kurun waktu yang panjang praktik ini menghilangkan hak masyarakat selaku konsumen dalam memilih produk/jasa substitusi alternatif pengganti. PT. Shopee Indonesia terindikasi melakukan praktik *predatory pricing* dalam program 12.12 *birthdaysale* hal ini dibuktikan dengan adanya *unreasonable price* dalam program tersebut. Penulisan ini secara umum bertujuan untuk mengetahui bagaimana perspektif hukum persaingan usaha dalam menilai dugaan praktik *predatory pricing*; bagaimana akibat hukum dari praktik *predatory pricing* terhadap kondisi persaingan usaha; serta bagaimana upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha agar terhindar dari praktik *predatory pricing*. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah yuridis normative dengan penarikan Kesimpulan induktif. Berdasarkan hasil penelitian PT Shopee tidak terbukti melakukan praktik *predatory pricing* sebagaimana yang diatur dalam hukum persaingan usaha di Indonesia. Praktik *predatory pricing* menghilangkan hak pelaku usaha pesaing dan masyarakat selaku konsumen serta terdapat sanksi denda, administrative, dan pidana bagi pelaku usaha yang terbukti melakukan praktik ini. Pelaku usaha dapat terhindar dari praktik *predatory pricing* apabila menghindari unsur krusial dalam Pasal 20 UU Anti-Monopoli dan berpatokan kepada Peraturan KPPU No 6 Tahun 2011.

Kata Kunci: Praktik *Predatory Pricing*; PT.Shopee Indonesia; 12.12 *birthdaysale*

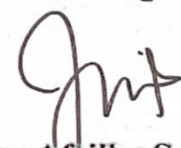
Mengetahui,

Pembimbing Utama



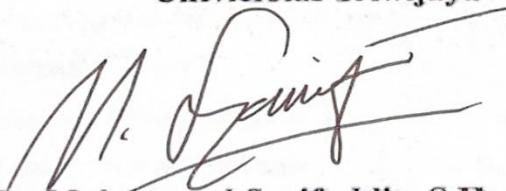
Dr. Putu Samawati, S.H., M.H.
NIP.198003082002122002

Pembimbing Pembantu



Dian Afrilia, S.H., M.H.
NIP.198204132015042003

Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Hukum
Univierstas Sriwijaya



Dr. Muhammad Syaifuddin, S.H., M.Hum.
NIP.197307281998021001

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBARAN PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16
1. Manfaat Teoritis.....	16
2. Manfaat Praktis.....	16
E. Ruang Lingkup	17
F. Metode Penelitian	18
1. Tipe Penelitian	18
2. Pendekatan Penelitian.....	19
3. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum.....	19
4. Sumber Bahan Hukum	20
5. Teknik Analisis Bahan Hukum	21
6. Teknik Penarikan Kesimpulan.....	22

BAB II LANDASAN TEORI *PREDATORY PRICING* PADA TRANSAKSI *E-COMMERCE* DALAM HUKUM PERSAINGAN USAHA 24

A. Landasan Teori.....	24
1. Teori Keadilan	24
2. Teori <i>Economic Analysis of Law</i>	27
3. Teori Kepastian Hukum.....	31
B. <i>E-Commerce</i> Sebagai Pengembangan Transaksi Perdagangan	33
1. Konsep Dasar <i>E-Commerce</i> dalam Mekanisme Perdagangan.....	33
2. <i>E Commerce</i> di Indonesia Serta Pengaturan Hukumnya	40
3. PT. Shopee Indonesia sebagai Salah Satu E-Commerce yang menjalankan kegiatan usaha di Indonesia.....	45
C. <i>Predatory pricing</i> Dalam Hukum Persaingan Usaha	50
1. Konsep Hukum Persaingan Usaha di Beberapa Negara dan Di Indonesia	50
2. <i>Predatory pricing</i> Dalam Sudut Pandang Hukum Persaingan Usaha di Indonesia.....	69
3. KPPU Sebagai Lembaga Penyelesaian Sengketa Serta Pengawas Persaingan Usaha di Indonesia	72

BAB III *PREDATORY PRICING* PADA PROGRAM 12.12 *BIRTHDAY SALE* PT. SHOPEE INDONESIA BERDASARKAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA 76

A. Perspektif Hukum Persaingan Usaha Dalam Menilai Dugaan Praktik <i>Predatory Pricing</i> pada Program 12.12 <i>Birthday Sale</i> yang Diselenggarakan oleh PT. Shopee Indonesia.....	76
1. Perikatan Para Pihak dalam Transaksi Program 12.12 <i>Birthday Sale</i> PT. Shopee Indonesia	76
2. Analisis Unsur/Variable <i>Predatory Pricing</i> Pada Program 12.12 Birthday Sale PT Shopee Indonesia.....	80

B. Akibat Hukum dari Praktik <i>Predatory Pricing</i> Terhadap Kondisi Persaingan Usaha di Indonesia.....	124
1. Akibat Hukum Bagi Pelaku Usaha Lain.....	124
2. Akibat Hukum Bagi Konsumen.....	129
C. Upaya yang Dapat Dilakukan oleh Pelaku Usaha Dalam Pemberian Potongan Harga/Diskon Sehingga Terhindar dari Praktik <i>Predatory Pricing</i> yang Dilarang oleh Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.....	133
1. Upaya Preventif	133
2. Upaya Represif.....	138
BAB IV KESIMPULAN	146
DAFTAR PUSTAKA.....	151

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

A. Gambar

1. *Screenshot* Promosi Program 12.12 *Birthday sale* 2024..... 88
2. *Screenshot* Promosi 12.12 *Birthday Sale* 2023 89
3. *Screenshot* Paket Deluxe 12.12 *Birthday Sale*.....96

B. Tabel

1. Grafik Jumlah Pengunjung *Website E Commerce* Pada Tahun 202346
2. Grafik GMV *E-Commerce* di Indonesia dalam Mata Uang Dolar
Amerika periode 2020-2023 85
3. Indikator Kepuasan dalam Berbelanja Online di *E-Commerce* Indonesia .. 94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

“Law as a Tool to Encourage Economic Efficiency” merupakan sebuah konsep yang menekankan bahwa hukum merupakan alat yang digunakan untuk meningkatkan efesiensitas ekonomi. Dapat diamini bersama bahwasanya ilmu hukum dan ilmu ekonomi adalah dua hal yang berbeda namun, dalam perkembangannya prospek dan aktivitas ekonomi tentu tidak akan terlepas dari mekanisme hukum. Muara dari keterlibatan hukum dalam prospek dan aktivitas ekonomi adalah demi tercapainya keadilan, kepastian hukum, dan kemanfaatan.¹ Secara konsepsi ilmu, hukum dan ekonomi mempunyai keterkaitan satu sama lain atau saling mengisi (*interdependence*).

Hukum secara luas mengatur tentang perilaku manusia sedangkan ekonomi merupakan bagaimana manusia memenuhi kebutuhannya. Hukum mempunyai pengaruh bagi masyarakat sebagai sarana penggerak dari aspek kehidupan baik pendidikan, sosial, termasuk salah satunya adalah ekonomi.² Keterkaitan hukum dan ekonomi juga dapat dilihat apabila terdapat perubahan regulasi-regulasi hukum dalam suatu negara maka akan memberikan dampak pada ekonomi negara tersebut. Hal ini

¹ M. Shidqon Prabowo, “Pengaruh Globalisasi Ekonomi Dan Hukum Ekonomi Internasional Dalam Pembangunan Ekonomi Di Indonesia” *jurnal litigasi* Vol. 16 Nomor 1 tahun 2016, hal 2745-2746

² Fajar Sugianto, *Economic Approach to Law*, Cetakan ke-dua, Kencana Prenada Media Group, 2015, hal 49

juga berlaku sebaliknya di mana perubahan terhadap ekonomi di sebuah negara tentunya mempunyai dampak pada peta hukum suatu negara.³ Hukum dan ekonomi merupakan dua subsistem dari suatu sistem utuh yang disebut masyarakat dan subsistem tersebut saling berhubungan sehingga berinteraksi satu sama lain. Pandangan tersebut memberikan interpretasi bahwa hukum tidak hanya dipandang sebagai perangkat norma yang bersifat mengikat dan mengatur namun juga sebagai institusi sosial yang secara nyata berkaitan dengan berbagai bidang sosial di masyarakat.⁴ Tugas utama hukum dalam perekonomian adalah agar senantiasa menjaga keamanan pelaksanaan aktivitas ekonomi sehingga tidak mengorbankan hak-hak dan kepentingan para pihak atau pelaku ekonomi yang lemah dalam aktivitas ekonomi tersebut.

Pelaku ekonomi adalah pihak yang terlibat dalam kegiatan pergerakan ekonomi. Pihak yang terlibat dalam kegiatan ekonomi mempunyai fungsi serta peran masing masing yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Pada dasarnya terdapat 3 subjek atau pihak yang mempengaruhi roda perputaran aktivitas ekonomi yaitu: konsumen, pemerintah dan pelaku usaha.⁵ Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, definisi dari konsumen adalah “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri,

³ Ismail Saleh, *Hukum dan Ekonomi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1990, hal 4

⁴ Holilur Rahman, “Ekonomi Kolaboratif: Relasi Ekonomi Dan Hukum Di Era Disruptif”, *Masyrif : Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Perbankan Syariah Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan* Vol. 2 Nomor 1 tahun 2021 hal 11-13

⁵ Rahmatullah Inna Mustari, *Konsep Dasar Ekonomi: Pendekatan nilai nilai Eco Culture*, cetakan ke-satu, Nur Lina, Makasar, 2018, hal 75

keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”⁶ Berdasarkan definisi tersebut konsumen mempunyai peran dalam aktivitas ekonomi sebagai pengguna dari barang atau jasa yang tersedia dalam pasar. Pemerintah mempunyai andil yang penting dalam aktivitas ekonomi yaitu sebagai pengawas dan pengatur dalam membuat kebijakan terkait dengan perokonomian seperti penetapan pajak, pemberian subsidi, dan penyedia sarana serta pra sarana dalam aktivitas ekonomi.⁷ Pelaku usaha mempunyai peran yang sangat penting dalam mendorong perekonomian karena melalui pelaku usaha dapat menimbulkan lapangan pekerjaan, pembangunan infrastruktur, dan penyediaan *supply* untuk pemenuhan *demand* dari konsumen dalam suatu pasar tertentu.⁸

Setiap pelaku atau pihak yang terlibat dalam aktivitas perekonomian mempunyai motif dalam menjalankan perannya masing-masing. Konsumen mempunyai motif untuk memenuhi kebutuhannya dengan cara melakukan penggunaan barang/jasa yang tersedia dalam pasar. Pemerintah mempunyai motif bahwa agar terjadinya pasar yang sehat dan tidak merugikan pihak pihak yang lemah maka pemerintah perlu melakukan pengawasan dan membuat kebijakan terkait perokonomian. Pelaku usaha mempunyai motif untuk menyediakan *suplay* sebagai jawaban dari *demand* yang ada dalam pasar dan pelaku usaha berusaha untuk mencari laba sebanyak-banyaknya.

⁶ Republik Indonesia., Undang – Undang Nomor 8, Tentang Perlindungan Konsumen, Bab 1 Ketentuan umum, Pasal 1 ayat (2), Tahun 1999, Lembar Negara Nomor 42 tahun 1999

⁷ Deksa Imam Suhada, “Efektivitas Para Pelaku Ekonomi Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”, *Jurnal inovasi penelitian*, Vol. 2 Nomor 10, tahun 2022, hal 3203-3024

⁸ Anggi Mardiana, “Pelaku Ekonomi, Pengertian, Jenis dan Perannya dalam Perekonomian”, <https://katadata.co.id/ekonopedia/istilah-ekonomi/656c9f6c56a48/pelaku-ekonomi-pengertian-jenis-dan-perannya-dalam-perekonomian> diakses Pada tanggal 27, Agustus, 2024

Berdasarkan Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa “Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha baik berbadan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian dan melakukan penyelenggaraan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi”⁹. Pasal tersebut mempunyai 3 unsur untuk mendefinisikan pelaku usaha yaitu: pelaku usaha merupakan orang perorangan atau badan usaha baik berbadan hukum atau bukan berbadan hukum; pelaku usaha berkedudukan dan didirikan, atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia; dan pelaku usaha melakukan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

Dalam menjalankan usaha pada bidang ekonomi pelaku usaha mempunyai hubungan simbiosis mutualisme dengan konsumen dalam aktivitas ekonomi di pasar. Kedua belah pihak memerlukan satu sama lain sehingga pada praktiknya pelaku usaha menggunakan bermacam cara untuk menarik konsumen agar menggunakan barang/jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha.¹⁰ Secara umum pelaku usaha diperbolehkan melakukan suatu cara dengan maksud menarik para konsumen untuk mencapai tujuannya dalam rangka mencari laba. Akan tetapi, cara yang dilakukan

⁹ Republik Indonesia., Undang-Undang Nomor 5, Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Bab 1 Ketentuan Umum, Pasal 1 angka 5, Tahun 1999, Lembaran Negara Nomor 33 Tahun 1999

¹⁰ Andika Wira Kesuma, “Pentingnya Perlindungan Hukum Pelaku Usaha melalui yayasan Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Indonesia”, *Sol Justicia*, Vol. 5 Nomor 2, 2022, hal 168

tersebut haruslah sesuai dengan dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, kesusilaan, dan kepatutan yang ada. Pelaku usaha haruslah berhati-hati dalam menjalankan tindakan dalam berusaha maupun cara yang digunakan dalam melangsungkan kegiatan usahanya, agar sejalan dan tidak melanggar peraturan yang berlaku.

Pelaku usaha pada perkembangannya tidak sebatas hanya pada penyedia barang dan jasa atau yang sering disebut sebagai pedagang (*merchant*) namun sudah termasuk juga Penyelenggara Sarana Perantara (PSP) dan Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE).¹¹ Penambahan *scope* tersebut dapat terjadi diakibatkan oleh perkembangan bisnis yang selaras dengan perkembangan zaman sehingga menuntut pengkategorian baru dalam definisi pelaku usaha. Pengaturan mengenai penambahan *scope* definisi pelaku usaha tersebut diatur dalam PERMANDAG No 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Cakupan yang diatur dalam permendag tersebut ialah *social commerce*, *marketplace*, dan *retail online*; larangan yang berlaku; pencegahan praktik bisnis tidak sehat dan manipulasi harga; dan PMSE lintas negara serta harga minimum barang impor. Perkembangan dan penambahan *scope* tersebut memberikan tantangan baru bagi pelaku usaha sehingga

¹¹ Indonesia Legal Brief, "Indonesia Secara Resmi Larang Traksaksi E-Commerce di Media Sosial" <https://pro.hukumonline.com/a/lt65167aeb1c1d6/indonesia-secara-resmi-larang-traksaksi-e-commerce-di-media-sosial/> diakses pada tanggal 27 agustus, 2024

menuntut para pelaku usaha untuk beradaptasi dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

Persaingan dalam dunia para pelaku usaha merupakan suatu hal yang biasa terjadi bahkan dapat dibilang merupakan suatu hal yang mutlak demi terselenggaranya ekonomi pasar. Meskipun pada praktiknya adakala suatu persaingan usaha itu dapat didefinisikan sebagai persaingan sehat maupun tidak sehat. Mengenai permasalahan tersebut maka pengaturan dalam bentuk produk hukum sangat diperlukan agar persaingan yang terjadi oleh para pelaku usaha dapat berjalan dengan sehat serta sebagaimana mestinya¹². Menurut Dr. Susanti Adi Nugroho hukum persaingan usaha adalah peraturan atau regulasi yang mengusahakan secara optimal agar terwujudnya persaingan usaha yang sehat dalam suatu pasar tertentu, yang dimaksudkan untuk mendorong para pelaku usaha untuk melakukan kegiatan seefisiensi mungkin agar dapat bersaing dengan para pesaingnya.¹³

Pengaturan mengenai persaingan usaha di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang mana Undang-Undang tersebut secara substansi mengatur tentang larangan praktik monopoli dan larangan untuk melakukan persaingan usaha yang tidak sehat. Berdasarkan UU Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang dimaksud dengan persaingan usaha tidak sehat adalah “persaingan yang

¹² Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, cet. Kesatu, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2010, hal 16

¹³ Susanti adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia: Dalam Teori dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Cet. Kedua, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2014, hal 4

dilakukan oleh para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya dengan cara tidak jujur, melanggar hukum, atau menghambat persaingan usaha.”¹⁴ Pengaturan terkait dengan persaingan usaha di Indonesia dimaksudkan untuk mewujudkan iklim usaha yang sehat di negeri ini. Dalam Pasal 3 Undang-Undang yang sama merumuskan 4 tujuan dari pengaturan mengenai persaingan usaha dan larangan praktik monopoli yaitu: menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat; mewujudkan iklim usaha yang kondusif dan tertib sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah maupun pelaku usaha kecil; mencegah terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat oleh para pelaku usaha; serta terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha. Pengaturan mengenai larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat juga bertujuan sebagai antisipasi pemusatan kekuatan ekonomi pada perorangan atau kelompok tertentu baik dalam bentuk praktik monopoli maupun persaingan usaha tidak sehat yang bertentangan dengan cita cita keadilan sosial baik itu untuk masa kini maupun masa yang akan mendatang. Peraturan ini juga diperuntukan sebagai jawaban terhadap kondisi pada dunia bisnis di Indonesia yang terus mengalami perkembangan.

Perkembangan zaman yang sedang dialami membawa perubahan dalam segala aspek baik itu sosial, budaya, hukum maupun perekonomian. Sistem perdagangan yang

¹⁴ Republik Indonesia., Undang-Undang Nomor 5, Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Bab 1 Ketentuan Umum, Pasal 1 angka 6, Tahun 1999, Lemabar Negara Nomor 33 Tahun 1999

semula dilakukan secara luring kini dapat diselenggarakan secara daring. Perdagangan yang dilakukan secara daring atau biasa disebut dengan *electronic commerce* memberikan dampak yang sangat *significant* terhadap kehidupan manusia.¹⁵ Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 71 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menyatakan bahwa yang dimaksud dengan perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang mana mekanisme dalam melakukan transaksi dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.¹⁶ Dengan adanya sebuah sistem baru dalam perdagangan yang mempunyai perbedaan dengan sistem perdagangan yang *conventional* pertumbuhan perdagangan melalui sistem elektronik atau *electronic commerce* merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti dari tahun ketahun.

Pada tahun 2013 A.T Kearney dalam sebuah risetnya yang berjudul “*Lifting a Barriers to E-Commerce in ASEAN*” menyatakan bahwa pada tahun tersebut Pasar *e-commerce* di Indonesia mencapai 1,3 miliar USD, selanjutnya pada tahun 2014 Lembaga riset pasar independent Euro Monitor memaparkan bahwa penjualan melalui *e-commerce* di Indonesia mencapai 1,1 miliar USD.¹⁷ Melalui data tersebut terdapat penurunan 0,2 miliar USD namun, pada tahun 2018 dalam riset Google yang

¹⁵.Yen Fatahila, “Menegok Perkembangan E-Commerce di Indonesia” <https://www.atome.id/blog/menengok-perkembangan-e-commerce-di-indonesia> di akses pada tanggal 27 Agustus, 2024

¹⁶ Republik Indonesia., Peraturan Pemerintah, Nomor 71, Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Bab 1, Pasal 1 angka 2, Tahun 2019, Lembaran Negara Nomor 222 Tahun 2019

¹⁷ Basri Effendi, “Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat”, *Syah Kuala Law Journal*, Vol. 4 Nomor 1, 2020, hal 21-22.

dicantumkan pada laporan E-Conomy SEA 2018 menyatakan bahwa pasar *e-commerce* di Indonesia mencapai 27 miliar USD hal ini merupakan peningkatan yang fantastis dari empat tahun sebelumnya.¹⁸ Berdasarkan PDSI Kementerian Perdagangan RI yang menyatakan bahwa jumlah dari pengguna *e-commerce* terus meningkat semenjak tahun 2020 yang mana pada tahun 2023 pengguna *e-commerce* itu sendiri mencapai 58,63 juta pengguna dan akan diproyeksikan terus meningkat hingga pada tahun 2029 dengan proyeksi 99,1 Juta pengguna¹⁹. Berdasarkan Mordor Intelligence perusahaan yang bergerak dalam bidang *market research report* menyatakan bahwa ukuran pasar *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2024 adalah senilai 81.80 miliar USD dan diproyeksikan akan terus meningkat sampai tahun 2029 dengan ukuran pasar senilai 168.10 miliar USD²⁰. Melalui beberapa data yang telah dijabarkan diatas dapat disimpulkan bahwa perdagangan secara daring atau *e-commerce* senantiasa berkembang dari tahun ketahun.

Seiring dengan perkembangan pengguna *e-commerce*, terdapat beberapa *platform e-commerce* yang digunakan oleh masyarakat di Indonesia seperti Zalora yang dibawah oleh PT Fashion Eservices Indoneisa, Blibli yang dibawah oleh PT. Global Digital Niaga, Lazada yang dibawah oleh PT. Ecart Webportal Indonesia, Tokopedia

¹⁸Andhika Prasetyo, “Perdagangan Elektronik di indonesia terus tumbuh” https://mediaindonesia.com/ekonomi/218071/perdagangan-elektronik-indonesia-terus-tumbuh#google_vignette, diakses pada tanggal 11 September 2024

¹⁹ Kementerian Perdagangan RI, “Perdagangan digital (E-Commerce) Indonesia periode 2023” <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia> diakses pada tanggal 27 Agustus, 2024

²⁰ Mordor Intelligence, “Indonesia E-Commerce Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029)” <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-ecommerce-market> diakses pada tanggal 27 agustus, 2024

di bawah naungan PT GOTO, dan Shopee dibawah naungan PT. Shopee Indonesia. Berdasarkan PERMANDAG No 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik, perseroan terbatas-perseroan terbatas tersebut merupakan pelaku usaha yang bergerak dalam bidang PPMSE. Menurut TMO Group (perusahaan yang bergerak dalam bidang *international digital commerce agency*) PT Shopee Indonesia merupakan perusahaan yang membawahi *plat form e-commerce* terbesar di Indonesia dengan jumlah 253,9 juta kunjungan *website* pada bulan Februari 2024, dengan kondisi tersebut PT Shopee memegang urutan pertama dalam scope pelaku usaha *e-commerce* atau dalam bahasa perundang-undangan adalah PPMSE²¹. Menurut Business of Apps (website yang menyediakan berita, data, dan analisis industri) menyatakan bahwa *gross merchandise value* yang dihasilkan Shopee pada tahun 2023 adalah sebanyak \$78.5 miliar atau setara dengan Rp. 789,6 triliun. Tentunya dengan GMV sebesar itu Shopee menduduki peringkat pertama pada pangsa pasar *e-commerce* di Asia Tenggara.²²

Dalam mempertahankan eksistensinya sebagai pihak yang dominan dalam pangsa pasar *e-commerce* di Asia Tenggara. PT. Shopee Indonesia banyak mengeluarkan program program yang membuat para konsumen tetap menggunakan Shopee sebagai *marketplace*. Salah satu program yang menjadi andalan Shopee dalam memikat

²¹ TMO Group, “(2024) Top 8 Marketplaces in Indonesia for Businesses Selling Online ”
<https://www.tmogroup.asia/insights/top-online-marketplaces-indonesia/> diakses pada tanggal 27 Agustus, 2024

²² David Curry, “Shopee Revenue and Usage Statistics (2024)”
<https://www.businessofapps.com/data/shopee-statistics/> diakses pada tanggal 27 Agustus, 2024

konsumen agar tetap menggunakan Shopee adalah program 12.12 *Birthday sale*. Program ini adalah suatu program yang diselenggarakan oleh pihak PT. Shopee Indonesia untuk memperingati hari belanja nasional yang bertepatan dengan hari dimana PT Shopee Indonesia didirikan. Program ini pertama kali diselenggarakan pada tahun 2020 hingga saat penulisan ini dibuat yaitu 2024. Pada awalnya Promo yang ditawarkan tidak lah sebanyak 2 tahun terakhir adapun *event event* yang ditawarkan berupa gratis ongkir s/d Rp. 120 ribu, Shopee *midnight sale*, cashback 100% s/d Rp. 1,2 juta, *brand rush hour* dan 12.12. *birthday sale tv show*. Pada tahun 2023 PT Shopee Indonesia merayakan ulang tahun yang ke 8 tahun sehingga terdapat beberapa *event* tambahan yang terdapat dalam 12.12 *Birthday Sale* diantaranya: Banjir Promo Spesial; *Flash Sale* 12RB; Shopee *Pay Deals* Rp1; *Late Night Sale*; selain itu shopee juga mengadakan *Live Show Shopee* yang disiarkan melalui stasiun televisi nasional yang menghadirkan artis artis papan atas di ibu kota.²³

Dalam mengikuti perkembangan persaingan yang kompetitif, Pelaku usaha pesaing seperti Tokopedia juga mengeluarkan program *campaign* 12.12. adapun event yang terdapat dalam campaign tersebut seperti *special discount product* yang menawarkan potongan harga sebesar Rp. 1 juta rupiah terhadap produk produk seperti gadget, otomotif, *lifestyle*, *fashion* dan lain sebagainya. Terdapat *Flash sale* 90% yang menawarkan potongan harga sebesar 90% bagi produk tertentu, dan gratis ongkir

²³ Supr Admin, "Apa itu 12.12. *Birthday Sale*" <https://www.dropshipper.co.id/blog/apa-itu-12.12-shopee-birthday-sale> diakses pada tanggal 27 Agustus, 2024

seluruh Indonesia.²⁴ Lazada sebagai salah satu pelaku usaha *e commerce* juga mengikuti pemberlakuan program campaign 12.12 adapun *event* promo yang ditawarkan oleh Lazada adalah *discount* 90 % terhadap semua produk yang ditawarkan dan 12.12 bonus *discount* yang memberikan potongan harga sebesar Rp. 1.2 juta untuk produk produk yang telah ditentukan,²⁵ Program 12.12 *birthday sale* Shopee apabila dibandingkan dengan campaign 12.12 yang dilakukan oleh pelaku usaha pesaing memiliki event yang lebih banyak dan pemberian potongan harga lebih tinggi dibandingkan pelaku usaha pesaing dalam pasar *e commerce*, hal ini yang menjadikan penulis tertarik untuk memilih 12.12 *birthday sale* sebagai objek kajian penelitian dibandingkan dengan campaign 12.12 yang dilakukan oleh pelaku usaha pesaing.

Potongan harga besar besaran atau penetapan harga kepada konsumen *Birthday Sale* 12.12 dapat menjadi indikasi terjadinya *predatory pricing*. *predatory pricing* adalah tindakan pelaku usaha yang dianggap anti persaingan serta dilarang oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha, hal tersebut dilakukan dengan cara menjual rugi barang/jasa diharga yang sangat rendah dan bertujuan untuk menyingkirkan *competitor* dari pasar terkait.²⁶ Dalam peraturan perundang-undangan larangan praktik *predatory pricing* terdapat dalam Pasal 20 Undang-Undang Tentang Larangan Praktek Monopoli

²⁴ M Reza Sulaiman, "Promo 12.12 Tokopedia, Diskon Besar dan Bebas Ongkir Seluruh Indonesia", <https://www.suara.com/bisnis/2024/12/12/155958/promo-1212-tokopedia-diskon-besar-dan-bebas-ongkir-seluruh-indonesia>, diakses pada tanggal 27 Agustus 2024

²⁵ Suhardiman, "Promo 12.12 Lazada Diskon Hingga 90%", <https://www.suara.com/bisnis/2024/12/11/205959/promo-1212-lazada-diskon-hingga-90>, diakses pada tanggal 27 Agustus 2024

²⁶ Risma Ayunda P, "Analisis "Predatory pricing" TikTok Shop di Tengah Pemanfaatan Media Sosial Bagi UMKM Indonesia", *Presiding Seminar Nasional UNESA 2023*, 2023, hal 1025

Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan bahwa “Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat”²⁷

perlu ditegaskan Kembali bahwasanya praktik *predatory pricing* yang dimaksud adalah terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, sehingga perlu dilakukannya kajian lebih lanjut terhadap dugaan praktik *predatoy pricing* yang menimbulkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Tujuan utama dari *predatory pricing* adalah untuk menyingkirkan pesaing dalam suatu pasar tertentu, yang mana tentunya hal ini hanya dapat dilakukan oleh pelaku usaha yang dapat dibidang mempunyai sumber daya dan finansial yang tergolong kuat. Pelaku usaha akan menetapkan harga dibawah pasar secara drastis dalam kurun waktu tertentu, sehingga menarik para konsumen untuk menggunakan barang/jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha yang melakukan praktik *predatory pricing*, tentunya hal tersebut akan merugikan pelaku usaha lain serta dalam jangka waktu panjang juga akan merugikan konsumen itu sendiri. Akan tetapi, sebelum menetapkan apakah pelaku usaha telah melakukan tindakan yang dilarang oleh Pasal 20 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang

²⁷ Republik Indonesia., Undang-Undang Nomor 5, Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Bab 4 Kegiatan yang dilarang, Bagian Ketiga Penguasaan Pasar, Pasal 20, Tahun 1999, Lemabar Negara Nomor 33 Tahun 1999

Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perlu untuk dilakukan pembuktian lebih lanjut terhadap setiap unsur yang terdapat dalam pasal tersebut.

Berdasarkan penjabaran diatas dan kondisi yang terjadi senyatanya, penulis merasa tertarik untuk melakukan analisis terhadap pemberian potongan harga dalam program *Birthday Sale* 12.12 apakah program tersebut telah sesuai dengan ketentuan hukum yang telah berlaku atau malah sebaliknya, telah melanggar ketentuan hukum terkhusus pada perspektif hukum persaingan usaha sehingga berdampak pada pelaku usaha pesaing dalam pangsa pasar *e-commerce*. Praktik *predatory pricing* merupakan Tindakan yang menjadi pengawasan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha RI sehingga sudah sewajarnya bahwa Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjadi payung hukum dalam melakukan analisis dugaan yang terjadi dalam kasus ini. Penulis dalam melakukan pemenuhan tugas akhir sebagai Mahasiswa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Dugaan Praktik *Predatory Pricing* Oleh PT SHOPEE INDONESIA Dalam Program 12.12 *Birthday Sale* Ditinjau Dari Hukum Persaingan Usaha di Indonesia”**

B. Rumusan Masalah

Melalui penjabaran di atas serta kejadian senyatanya yang terjadi, adapun permasalahan yang akan penulis bahas melalui penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perspektif hukum persaingan usaha dalam menilai dugaan praktik *predatory pricing* pada program 12.12 *Birthday Sale* yang diselenggarakan oleh PT. Shopee Indonesia?
2. Bagaimana akibat hukum dari praktik *predatory pricing* terhadap kondisi persaingan usaha di Indonesia?
3. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha dalam pemberian potongan harga/diskon sehingga terhindar dari praktik *Predatory Pricing* yang dilarang oleh Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak sehat?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam melakukan penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan pemahaman secara mendalam terkait dengan *predatory pricing* serta mengetahui terdapat atau tidaknya potensi praktik *predatory Pricing* yang dilakukan oleh PT. Shopee Indonesia dalam program 12.12 *Birthday Sale*.
2. Untuk memberikan pemahaman tentang dampak dari *predatory pricing* terhadap kondisi persaingan usaha di Indonesia.

3. Untuk memberikan pemahaman terkait upaya yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha agar terhindar dari praktik *predatory pricing* sebagaimana yang dilarang oleh Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat.

D. Manfaat Penelitian

Adapun 2 manfaat yang diharapkan dengan adanya penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penulisan yang dilakukan ditujukan dapat memberikan sumbangsih pemikiran terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum terkhusus pada bidang hukum persaingan usaha. Diharapkan dengan adanya penulisan ini dapat memuaskan para pihak yang ingin mengetahui tentang apa itu *predatory pricing*, Bagaimana upaya para pelaku usaha agar tetap terhindar dari praktik *predatory pricing*, serta apakah program yang dikeluarkan oleh PT. Shopee Indoneisa 12.12 *Birthday Sale* merupakan praktik *predatory pricing*.
2. Secara praktis, penulisan yang dilakukan ditujukan dapat memberikan manfaat kepada para akademisi maupun praktisi hukum yang sedang melakukan pengkajian terkait praktik *predatory Pricing* dalam *scope* pelaku usaha *e-commerce* dalam memberikan diskon besar besaran.

E. Ruang Lingkup

Agar penulisan ini dapat tersusun secara sistematis, runut, terarah, serta selaras dengan pembahasan permasalahan maka, pembahasan dalam tulisan ini dibatasi pada analisis terhadap dugaan praktik *predatory pricing* dalam Program 12.12 Birthday Sale oleh PT Shopee Indonesia yang melanggar ketentuan Pasal 20 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, ruang lingkup yang akan menjadi bahasan sudah sesuai dengan rumusan masalah yang akan dibahas. Dibatasi pada pembahasan mengenai dugaan praktik *predatoy pricing* oleh PT Shopee Indonesia dalam program 12.12 *Birthday Sale*.terdapat 3 penelitian yang penulis ketahui yang membahas mengenai praktik *predatory pricing* yaitu:

1. Perang Tarif Dan Promosi Dalam Jual Beli *Online* Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha (Kajian Terhadap Toko Online Shopee, Tokopedia, Dan Lazada)- Oleh Ivan Victor Halomoan Lumbantobing pada Tahun 2023
2. Dugaan Praktik Menjual Rugi Melalui Potongan Harga atau Diskon oleh *E-Commerce* (PT Shopee Indonesia) yang berdampak terhadap Bisnis Ritel- Oleh Moza Halimatus Sa'Diyah pada Tahun 2021
3. Dugaan Praktik Jual Rugi (*Predatory pricing*) Oleh Garuda Indonesia Dalam Program *Travel Fair* Ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha di Indonesia- Oleh Alifia Putri Musvita pada Tahun 2023

Terdapat beberapa hal yang menjadi pembeda antara penulisan ini dengan penulisan penulisan sebelumnya yang membahas mengenai praktik *predatory pricing*. Pertama, objek kajian dari penulisan ini terkhusus pada program 12.12 *brithday sale* yang

dilakukan oleh PT Shopee Indonesia, tidak hanya sekedar diskon secara general. Kedua, selain membahas praktik *predatory pricing* penulis juga membahas dampaknya terhadap kondisi persaingan usaha di Indonesia. Ketiga, penulisan ini juga membahas upaya represif maupun upaya preventif untuk menghindari praktik *predatory pricing*.

F. Metode Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis bawa dan ruang lingkup yang penulis, maka dari itu metode yang penulis pilih dalam melakukan penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah yuridis normatif. Yaitu sebuah metode penelitian dengan melakukan analisis terhadap peraturan perundang-undangan, hukum tertulis maupun tidak tertulis, serta melakukan kajian terhadap doktrin doktrin maupun teori serta asas-asas hukum dalam ilmu hukum. Penelitian ini berkaitan erat dengan kepustakaan karena membutuhkan data-data sekunder pada perpustakaan²⁸

2. Pendekatan Penelitian

a. Pendekatan perundang-undangan (*regulation approach*)

Pendekatan yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian ini adalah pendekatan peraturan perundang-undangan. Pendekatan ini penulis

²⁸ Ali Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika 2013, hal 23

gunakan untuk melakukan analisis dan penelaahan terhadap regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang akan penulis teliti ²⁹ adapun *main regulation* yang menjadi pisau analisis penulis dalam melakukan penulisan adalah Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan berbagai peraturan perundang-undangan lainnya yang mempunyai relevansi dengan permasalahan hukum yang penulis bawaikan.

b. Pendekatan konseptual (*Conceptual approach*)

Pendekatan konseptual penulis gunakan sebagai analisis terhadap teori teori yang berlaku terkait dengan *predatory pricing* dengan cara melakukan pemahaman terhadap doktrin doktrin maupun teori teori serta pandangan-pandangan yang berkembang dalam ilmu hukum yang dijadikan sebagai dasar untuk membangun argumentasi hukum dalam menjawab rumusan masalah yang penulis bawaikan dalam penulisan ini³⁰

3. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Agar penulisan ini dapat berkekuatan mutu serta bersubstantif maka penulis akan melakukan pencarian data yang relevan dengan penelitian yang sedang penulis garap. Maka dari itu, Teknik pengumpulan bahan penelitian yang akan penulis lakukan adalah studi kepustakaan (*Library research*) studi kepustakaan

²⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, 2008, hal 34

³⁰ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti 2004, hal 83

adalah metode pengumpulan data dengan menelaah literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas pada penelitian ini, dan juga melalui bantuan situs serta dokumen elektronik.

4. Sumber Bahan Hukum

Bahan Hukum pada penelitian ini menggunakan data primer, sekunder, dan tersier, sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum Primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat terdiri dari:

- 1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- 2) Peraturan Pemerintah No 71 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- 3) Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- 4) PERMANDAG No 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.
- 5) Dan peraturan perundang-undangan yang lain yang mempunyai relevansi dengan penulisan ini.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah penjelasan tentang bahan hukum primer seperti: RUU; hasil penelitian; hasil karya ilmiah hukum yang membahas tentang praktik *predatory pricing*.³¹

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah penjelasan tentang bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus, ensiklopedia, dan lain-lainnya.³²

5. Teknik Analisis Bahan Hukum

Metode yang digunakan oleh penulis dalam melakukan analisis bahan hukum yang telah dibawakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif, yaitu dengan melakukan uraian dari data sekunder ke primer yang telah dikumpulkan berdasarkan relevansinya dengan permasalahan yang penulis bawakan berdasarkan peraturan perundang-undangan. Pengelolaan data pada hakikatnya merupakan kegiatan untuk melakukan Analisa terhadap permasalahan yang akan dibahas.³³ Langkah pertama penulis akan

³¹ Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif*, Raja Grafindo Persada, 2010, hal 34

³² Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. *Metodologi penelitian kualitatif*, CV Jejak, 2018 hal 26

³³ *ibid* hal 28

mengumpulkan data data yang diperlukan untuk melakukan analisis pemenuhan unsur *predatory pricing*, data tersebut seperti: pangsa pasar *e-commerce*, harga rendah yang ditawarkan, serta jumlah transaksi yang terjadi pada beberapa *e commerce*. Melalui data yang telah diperoleh tersebut maka dapat dilanjutkan dengan melakukan analisis terkait unsur unsur serta *variable* yang harus dipenuhi agar dapat diketahui apakah pelaku usaha melakukan praktik *predatory pricing*.

6. Teknik Penarikan Kesimpulan

Metode yang penulis gunakan dalam melakukan penarikan kesimpulan adalah metode induktif. Metode penarikan kesimpulan ini adalah metode yang pada prosesnya menarik kesimpulan diawali dari sesuatu yang khusus mengarah ke suatu yang umum, dimana dalam melakukan kesimpulan menggunakan pengamatan. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terkait hal hal yang bersifat khusus, yaitu dasar hukum, pengolahan dan interpretasi data, serta menggunakannya sebagai dasar berpikir yang bertujuan untuk memperoleh suatu generalisasi yang menjelaskan kesimpulan yang baik dan benar.³⁴ Dalam kaitannya dengan penulisan ini, Kesimpulan yang akan dibuat dilakukan dengan menjabarkan dasar hukum dari *predatory pricing* terlebih dahulu lalu dilanjutkan dengan menjelaskan unsur dan *variable predatory pricing* secara

³⁴ Sugeng Istanto, *Politik Hukum diktat mata kuliah*, hal 35

singkat serta bagaimana pemunuhan nya oleh pelaku usaha terkait. kesimpulan diakhiri dengan jawaban apakah PT.Shopee Indonesia terbukti secara nyata melakukan praktik *predatory pricing* yang dilarang oleh hukum persaingan usaha di Indonesia ataukah tidak.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Albi, A., & Setiawan, J., *Metodologi penelitian kualitatif*, Sukabumi: Jejak Publisher, 2018.

Admadja, I. D., *Teori-Teori Hukum*, Malang: Setara Press, 2018.

Dorotea, R., *Aspek Aspek Hukum Bisnis: Pengertian, Asas, Teori dan Praktik*, 1 Ed, Surabaya: Laksbang Justitia Publisher, 2015.

Erwin, M., *Filsafat hukum: refleksi kritis terhadap hukum dan hukum Indonesia (dalam dimensi ide dan apliaksi*, Depok: Rajawali Pers., 2021.

Fuady, M., *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Globalisasi*, 4 Ed, Bandung: Citra Aditya Bakti Publisher, 2012.

Kagramanto, B. *mengenal Hukum Persaingan Usaha Berdasarkan UU No 5 Tahun 1999*, 1 Ed, Siduarjo:Laras Publisher, 2012.

Lever, J., *The Law of Restrictive Trade Practices and Monopolies*, 2 Ed, London: Maxwell Publisher, 1967.

Lubis, A. F., Maria Tri, A. A., Toha, et.al, *Hukum Persaingan Usaha Buku Teks*, Jakarta: Komisis Pengawas Persaingan Usaha, 2017.

Marzuki, P. M., *Penelitian Hukum*, Kencana Prenanda Media Group, Jakarta, 2008

Muhammad, A., *Hukum dan Penelitian Hukum.*, Bandung: Citra Aditya Bakti Publisher, 2004.

Mustafa , K. R., *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia.*, Depok: Rajagrafindo Persada, 2010.

Mustari, R. I., *Konsep Dasar Ekonomi: Pendekatan nilai nilai Eco Culture*, Makasar: Nur Lina Publisher, 2018.

Nugroho, S. A., *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia: Dalam Teori dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Gruop, 2014.

Saleh, I., *Hukum dan Ekonomi.*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama., 1990.

- Saptono, C. A., *Hukum Persaingan Usaha: Economic Analysis of Law dalam Pelaksanaan Merger*, Jakarta: Kencana Media Group., 2015.
- Simanjuntak, P. H., *Hukum Perdata Indonesia*, 6 Ed, Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2021.
- Sugianto, F., *Economic Approach to Law*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Soekanto, S., *Penelitian Hukum Normatif*, Depok: Raja Grafindo Persada., 2010.
- Zainuddin, A, *Metode Penelitian Hukum.*, Jakarta: Sinar Grafika, 2015.

JURNAL

- Abdullah, B., Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Praktik Jual Rugi Penjualan Smartphone di Kabupaten Pali., *Lex Lata Jurnal Ilmiah Hukum*, 5(2), 260-271, 2023
- Adeffian, C., Metode Pendekatan Per Se Illegal dan Rule of Reason Terkait Penegakan Hukum Alternatif Persaingan Usaha Tidak Sehat., *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 9(2), 97-103, 2023
- Alschner, W., E-commerce or digital trade? Why the difference should matter to trade lawyers., *University of Ottawa: Handbook on Digital Trade*, 4(1), 54-72, 2022
- AP, K. N., Peran komisi pengawas persaingan usaha terhadap adanya dugaan praktik jual rugi pada e-commerce., *Jurnal Geuthèë: Penelitian Multidisiplin (Multidiciplinary Research)*, 6(2), 175~182., 2023
- Bork, R. H., The Goals of Antitrust: A Dialog On Policy, *Columbia Law Review*, 63(3), 363-376., 1965
- Billah, M. A., & Nadia, N. E., Strategi Peningkatan Mutu Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Dalam Rangka Mengembangkan Inovasi Produk Dan Kepuasan Pelanggan, *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan*, 5(1), 1-14., 2020
- Dewi, R., Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha Sebagai Wasit Sekaligus Hakim dalam Ekonomi., *Collegium Studiosum Journal*, 7(2), 482-496., 2024

- Deanera, P., Analisis Pasar Bersangkutan dalam Putusan KPPU (Studi Putusan Perkara Nomor 10/KPPU/-1/2016 dan Nomor 13/KPPU-1/2019., *Al'adl: Jurnal Hukum*, Volume14, Nomor 1, 20-41., 2022
- Dos Santos, V. F., Sabino, L. R., et.al., E-Commerce: A Short History Follow-up on Possible Trends., *International Journal of Business Administration*, Volume 8, Volume7, 130-138., 2017
- Effendi, B., Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat, *Syah Kuala Law Journal*, Volume 4, Nomor1, 21-32., 2020
- Febrina, R., Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha., *Jurnal Selat*, Volume 4, Nomor 2, 234-249., 2017
- Hilm, M. Z., Dominasi Soeharto, Monopoli Usaha Oleh Birokrat Dan Pengusaha. *JUPE: Jurnal Pendidikan Mandala*, Nomor 4, Nomor 5, 364-373., 2019
- Jonathan, J., Peranan Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam Kegiatan yang Dilarang dalam Wujud *Predatory Pricing* Sektor E-Commerce., *Jurist-Diction*, Volume 6, Nomor 2, 297–312., 2023
- Jung, Y., & Chang, S. W., Korea 's Competition Law and Policies in Perspective Symposium on Competition Law and Policy in Developing Countries., *Northwestern Journal of International Law & Business*, Volume 26, Nomor3, 687-728., 2016
- Kesuma, A. W., Pentingnya Perlindungan Hukum Pelaku Usaha melalui Yayasan Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Indonesia., *Sol Justicia*, Volume 5, Nomor 2, 166-175., 2022
- Luis, M., Peran Pinjaman International Monetary Funding (IMF) Untuk Perekonomian Indonesia Pada Sistem Standar Moneter. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 115-33., 2023
- Makmur, K. L., Dinamika Implementasi Perikatan dalam Transaksi E-Commerce di Era Digital. *Jurnal Al-Wasath*, Volume 5, Nomor1, 11-26., 2024
- Medahalyusa, J. A., Akibat Hukum Pembatalan Perjanjian Yang Dibuat Atas Dasar Penyalahgunaan Keadaan. *Notarius*, Volume 16, Nomor 2, 631-647., 2023

- Mendrofa, A., Strategi Pemasaran Lazada Dan Shopee Dalam New Marketing System (Study Kasus Toko Gudang Unik). *Jurnal Fokus Manajemen dan Bisnis*, Volume 4, Nomor 1, 17-29., 2022
- Mokoagow, D. F., Analisis Hukum Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha Berdasarkan Keputusan KPPU. *Lex Privatum*, Volume 11, Nomor 2, 1-17, 2023
- Nasution, B. J., Kajian Filosofis Tentang Konsep Keadilan Dari Pemikiran Klasik Sampai Pemikiran Modern. *Yutitia*, Volume 4, Nomor 3, 118-130., 2014
- Nazhari, A. F., Analisis Dugaan Praktik *Predatory Pricing* dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri E Commerce. *Jurnal Persaingan Usaha*, Volume 3, Nomor 1, 19-31., 2023
- Paparang, J. A., Tugas dan Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Penanganan Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. *Lex Privatum*, Volume 7, Nomor 7, 32-41., 2019
- P, R. A., Analisis “*Predatory Pricing*” Tiktok Shop Di Tengah Pemanfaatan Media Sosial Bagi Umkm Indonesia., *Presiding Seminar Nasional Unesa 2023*, 1022-1030., 2023
- Prabowo, M. S., Pengaruh Globalisasi Ekonomi dan Hukum Ekonomi International dalam Pembangunan Hukum Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Litigasi*, Volume 16, Nomor 1, 2741-2780., 2015
- Puruhito, M. A., The Negative Impact of *Predatory Pricing* to Fair Competition (The Study of KPPU Decision Number 03/KPPU-L/2020). *Journal of Private and Commercial Law*, Volume 1, Nomor 1, 66–88., 2024
- Putra, W. B., & Anggiawan, T. P., Akibat Hukum Praktik Jual Rugi Semen Conch Dalam Persaingan Usaha Industri Semen di Indonesia., *Jurnal Hukum; Politik dan Ilmu Sosial*, Volume 2, Nomor 3, 71–88., 2023
- Putra, Y. S., Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam Menjaga Persaingan Usaha Sehat di Indonesia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Volume 9, Nomor 10, 5295-5302., 2024
- Putri, A. T., *Predatory Pricing* Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Penjualan Shopee Live. *Jurnal Bisnis Manajemen*, Volume 2, Nomor 1, 237–254, 2024
- Prasetya, D. A., Tinjauan Yuridis Industri E Commerce dalam Melakukan Transaksi Online., *Jurnal Konstruksi Hukum*, Volume 3, Nomor 2, 365-370., 2022

- Rahman, H., Ekonomi Kolaboratif: Relasi Ekonomi dan Hukum di Era Disruptif. *Masyrif : Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Perbankan Syariah Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan*, Volume 2, Nomor 1, 1-26., 2021
- Rahmawati, C. R., Indikasi *Predatory Pricing* Yang Dilakukan Ovo Dengan Cara Burning Money. *Jurist-Diction*, Volume 4, Nomor 2, 585–598., 2021
- Rumika Dewi, N. P., Penerapan Pendekatan Rule of Reason Dalam Menentukan Kegiatan *Predatory Pricing* yang Dapat Mengakibatkan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, Volume 5, Nomor 2, 1-6., 2017
- Santi, S. R., & Kansil, C. S., Penetapan Harga Semen PT Conch dalam Praktek Jual Rugi Ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha., *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Volume 8, Nomor 11, 6383-6392., 2023
- Simakov, V., History of Formation of E-Commerce Enterprises As Subjects Of Innovative Entrepreneurship. *Three Seas Economic Journal*, Volume 1, Nomor 1, 84-90., 2020
- Suhada, D. I., Efektivitas Pelaku Ekonomi dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Volume 2, Nomor 10, 3201-3208., 2022
- Sulistiyoko, A., Implementasi Teori Monopoli Richard A. Posner Terhadap Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *At-Tar Adhi: Jurnal Studi Ekonomi*, Volume 5, Nomor 1, 1-15., 2014
- Syamsah, T. N., Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dikaitkan Dengan Sistem Ekonomi Kerakyatan. *Jurnal Sosial Humaniora*, Volume 2, Nomor 1, 44-56, 2011
- Wafiya., Politik Hukum Pembentukan undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Fiat Justisia Jurnal IlmuHukum*, Volume 8, Nomor 4, 657-680., 2014

INTERNET

- Admin, S., “*Apa itu Shopee 12.12 Birthday Sale*”, Dropshipper.co.id: <https://www.dropshipper.co.id/blog/apa-itu-12.12-shopee-birthday-sale>, diakses pada 27 Agustus 2024

- Ayuningsih, I. R., “*Mengenal Economic Analysis of Law*”, djkn.kemenkeu.go.id: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/16122/Mengenal-Economic-Analysis-of-Law.html>, diakses pada 13 September 2024
- Annur, C. M., “*Perusahaan E-Commerce dengan Nilai Transaksi Bruto (Gross Merchant Value/GMV) Terbesar di Asia Tenggara (2022)*”, databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/a44be273d0d400f/ini-perusahaan-e-commerce-dengan-nilaitransaksiterbesardiasiatenggara-pada-2022>, diakses pada tanggal 2 Januari 2025
- Burhan, F. A., “*Nilai Transaksi E-commerce RI Melonjak 91%, Shopee Kuasai Pasar*”, katadata.co.id: <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/60ba67ba89507/nilai-transaksi-e-commercerimelonjak91shopeekuasaipasar#:~:text=GMV%20ecommerce%20di%20Indonesia%20pada%202020%20mencapai%20US%24,pasar%2035%25%20dan%20GMV%20sebesar%20US%24%2014%20miliar>, diakses pada 2 Januari 2025
- Curry, D., “*Shopee Revenue and Usage Statistics (2024)*”, businessofapp.com: <https://www.businessofapps.com/data/shopee-statistics/>, diakses pada 27 Agustus 2024
- Chen, J., “*Commerce: What It Is, How It Differs From Business and Trade*”, Investopedia.com: https://www.investopedia.com.translate.google/terms/c/commerce.asp?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=Perdagangan%20tidak%20sama%20dengan%20bisnis,hukum%2C%20sosial%2C%20dan%20ekonomi, diakses pada 10 November 2024
- Career, 9. H., “*The Top 10 Marketplace E-Commerce in Indonesia in 2021*”, Medium.com: <https://medium.com/@9cv9official/the-top-10-marketplace-e-commerce-in-indonesia-in-2021-6846d699345b>, diakses pada 2 Januari 2025
- Department, S. R., “*Number of users of e-commerce in Indonesia from 2020 to 2029*”, Statista.com: <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>, diakses pada 24 Agustus 2024
- Ecc, T., “*Profile Perusahaan PT Shopee Indonesia*”, ecc.co.id: <https://ecc.co.id/company/site/view/1292>, diakses pada 2 Januari 2025
- Febrianna, A., “*Model Bisnis C2B, Cara Kerja, dan Contohnya*”, news.dailysocial.id: <https://news.dailysocial.id/uncategorized/bisnis-c2b/>, diakses pada 11 November 2024

- Fidinillah, M., “*Shopee Raup Pendapatan Rp73 Triliun di 2021, Melesat 136 Persen*”, id.techinasia.com: <https://id.techinasia.com/pendapatan-shopee-naik-136-persen>, diakses pada 2 Januari 2025
- Fidinillah, M., “*GMV Setahun Lazada Mencapai Rp301 Triliun, Pengguna Naik 1,8x*”, id.techinasia.com: <https://id.techinasia.com/laporan-akhir-tahun-lazada-gmv-naik-mencapai-rp301-triliun>, diakses pada 2 Januari 2025
- Fatahilah, Y., “*Menengok perkembangan e-commerce di Indonesia*”, Atome.id: <https://www.atome.id/blog/menengok-perkembangan-e-commerce-di-indonesia>, diakses pada 27 Agustus 2024
- Hariyanti, D., “*Riset IPSOS: Shopee Berikan Pengalaman Belanja Online Holistik Terbaik*”, katadata.co.id: <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/6678bc08382c2/riset-ipsos-shopee-berikan-pengalaman-belanja-online-holistik-terbaik>, diakses pada 2 Januari 2025
- Haddawi, R., “*Mengenal Perusahaan e-Commerce di Indonesia: Daftar dan Perkembangannya*”, dari www.online-pajak.com: <https://www.online-pajak.com/seputar-efaktur-ppn/e-commerce-di-indonesia>, diakses pada 9 Januari 2025
- Indonesia, S., “*Shopee Meraih 2 Penghargaan Sebagai Best E-Commerce Dalam Bazar Beauty Awards 2024 dan Cosmo Reader's Chois Award 2024*”, Instagram.com: https://www.instagram.com/shopee_id/p/C8wg, diakses pada 22 November 2024
- Indonesia, T. C., “*Shopee 12.12 Birthday Sale Hadirkan Flash Sale Mobil Rp12 Ribu*”, CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231211094201-625>, diakses pada 22 November 2024
- Kim, H. K., & Shin, K. W., “*South Korea: KFTC boosts antitrust laws with stronger regulation and pivotal amendments*”, globalcompetitionreview.com: <https://globalcompetitionreview.com/review/the-asia-pacific-antitrust-review/2023/article/south-korea-kftc-boostsantitrust-laws-stronger-regulation-and-pivotal-amendments>, diakses pada 28 Oktober 2024
- Maulida, L., “*Ongkos Produksi iPhone 15 Vs iPhone 14, Komponen Lebih Mahal tapi Harga Tetap*”, tekno.kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2023/10/24/15460027/ongkos-produksi-iphone-15-vs-iphone-14-komponen-lebih-mahal-tapi-harga-tetap?page=all>, diakses pada 2 Januari 2025

- Mardiana, A., “*Pelaku Ekonomi, Pengertian, Jenis dan Perannya dalam Perekonomian*”, katadata.co.id: <https://katadata.co.id/ekonopedia/istilah-ekonomi/656c9f6c56a48/pelaku-ekonomi-pengertian-jenis-dan-perannya-dalam-perekonomian>, diakses pada 27 Agustus 2024
- Muhammad, N., “*E-Commerce dengan Nilai Transaksi Bruto/GMV Terbesar di Asia Tenggara (2023)*”, databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/66989de7b7168/shopee-dominasi-pasar-e-commerce-asiatenggara-pada2023#:~:text=Berdasarkan%20laporan%20Momentum%20Works%2C%20Shopee,pasar%20e%2Dcommerce%20Asia%20Tenggara>, diakses pada 2 Januari 2025
- Nguyen, L., “*How to Calculate + Use Gross Merchandise Value (GMV)*”, Gorgias.com: <https://www.gorgias.com/blog/what-is-gmv>, diakses pada 2 Januari 2025
- Online, T. H., “*Indonesia Secara Resmi Larang Traksaksi E-Commerce di Media Sosial*”, pro.hukumonline.com: <https://pro.hukumonline.com/a/lt65167aeb1c1d6/indonesia-secara-resmi-larang-traksaksi-e-commerce-di-media-sosial>, diakses pada 2 Januari 2025
- Prasetyo, A., “*Perdagangan Elektronik Indonesia Terus Tumbuh*”, mediaindonesia.com: https://mediaindonesia.com/ekonomi/218071/perdagangan-elektronik-indonesia-terus-tumbuh#google_vignette, diakses pada 11 September 2024
- Publisher, L. T., “*How Much Does It Actually Cost Manufacturers to Make a Car*”, www.llctlc.com: <https://www.llctlc.com/post/how-much-does-it-actually-cost-manufacturers-to-make-a-car>, diakses pada 2 Januari 2025
- Publisher, S. S., “*Program Iklan Shope Marketing Solution*”, seller.shopee.co.id: <https://seller.shopee.co.id/edu/article/16344>, diakses pada 2 Januari 2025
- Publisher, S. S., “*Maksimalkan Penjualan Flash Sale Shopee*”, seller.shopee.co.id: <https://seller.shopee.co.id/edu/article/6994/Flash-Sale-Shopee#:~:text=Syarat%20&%20Ketentuan%20Stok%20&%20Maks.,dalam%20promo%20Flash%20Sale%20Shopee>, diakses pada 22 Januari 2025
- Research, T., “*Indonesia E-Commerce Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029)*”, Mordorintelligence.com: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-ecommerce-market>, diakses pada 27 Agustus 2024

- Romadhon, R., “*Kenali 5 Model Bisnis eCommerce (B2B, B2C, C2C, C2B, B2G) Sebelum Membangun Sistem Untuk Bisnis*”, Softwareseni.co.id: <https://www.softwareseni.co.id/blog/5-model-bisnis-ecommerce-b2b-b2c-c2c-c2b-b2g>, diakses pada 11 November 2024
- Sandria, F., “*Profil Taipan Singapura Gang Ye, Bos Garena-Shopee Berharta Rp 51 T*”, CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240826141845-17-566419/profil-taipan-singapura-gang-ye-bos-garena-shopee-berharta-rp-51-t>, diakses pada 22 November 2024
- Saputra, D., “*Promo Puncak 12.12 Birthday sale Super 2023*”, Youtube.com: <https://www.youtube.com/shorts/PkRWaGAdkm8>, diakses pada 2 Januari 2025
- Setiawan, D., “*Benarkah Marketplace Bukalapak Tutup dan Apa Penyebabnya*”, tirto.id: <https://tirto.id/benarkah-marketplace-bukalapak-tutup-dan-apa-penyebabnya-g7fq>, diakses pada 8 Januari 2025
- Setyawati, R., “*Yang Harus Diperhatikan dalam Menentukan Harga untuk Reseller*”, Hukumonline.com: <https://www.hukumonline.com/klinik/a/yang-harus-diperhatikan-dalam-menentukan-harga-untuk-ireseller-i-lt61eb8588aec58/>, diakses pada 10 Januari 2025
- Stanly, L., “*The Complete History of Ecommerce*”, nexcess.net: <https://www.nexcess.net/blog/history-ecommerce/>, diakses pada 12 November 2024
- Suominen, K., “*South Korea’s New Digital Competition Bill: A Step Backward for Innovation and Investment*”, Center For Strategic and International Studies: <https://www.csis.org/analysis/south-koreas-new-digital-competition-bill-step-backward-innovation-and-investment>, diakses pada 18 Oktober 2024
- Team, T. R., “*Top 8 Marketplaces in Indonesia for Businesses Selling Online*”, tmogroup.asia: <https://www.tmogroup.asia/insights/top-online-marketplaces-indonesia>, diakses pada 27 Agustus 2024
- Team, T., “*ShopeePay Raih Penghargaan Indonesia Customer Service Quality Award 2023*”, tempo.co: <https://www.tempo.co/info-tempo/shopeepay-raih-penghargaan-indonesia-customer-service-quality-award-2023-180352>, diakses pada 22 November 2024
- Uzma, H. N., “*Shopee Raih Penghargaan Mitra Swasta Terbaik dari PosIND*”, dektikfinance.com: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d->

7364379/shopee-raih-penghargaan-mitra-swasta-terbaik-dari-posind, diakses pada 22 November 2024

Widodo, P. W., “10 Negara Terkaya di Asia Tahun 2024”, Kontan.co.id: <https://internasional.kontan.co.id/news/ini-dia-10-negara-terkaya-di-asia-tahun-2024>, 18 Oktober 2024

Yudizwara, M., “Marketplace Adalah: Pengertian, Manfaat, Jenis dan Contohnya”, everpro.id: <https://everpro.id/blog/marketplace-adalah/>, diakses pada 9 Januari 2025

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817)

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014, Tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512)

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952)

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420)

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2023 Tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik. (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 763)