

**PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM PRAKTIK JUAL RUGI
SMARTPHONE MELALUI SOSIAL MEDIA TIKTOK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Mendapatkan Gelar Sarjana**

Oleh:

**ROBI SONARAY
NPM. 1906200208**



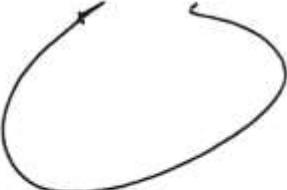
**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADDIYAH SUMATRA UTARA
MEDAN
2025**

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM PRAKTIK JUAL RUGI SMARTPHONE MELALUI SOSIAL MEDIA TIKTOK
Nama : ROBI SONARAY
Npm : 1906200208
Prodi / Bagian : HUKUM/ HUKUM BISNIS

Skripsi tersebut diatas telah diujikan oleh Dosen Penguji Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada tanggal 16 April 2025.

Dosen Penguji

		
<u>Dr. RACHMAD ABDUL, S.H., M.H</u> NIDN: 0004127204	<u>Assoc. Prof. Dr. Hj. MASITAH POHAN, S.H., M.Hum</u> NIDN: 0111116301	<u>Dr. ISMAIL KOTO, S.H., M.H</u> NIDN: 0106069401

Disahkan Oleh :
Dekan Fakultas Hukum UMSU



Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H. M.Hum.
NIDN: 0122087502



FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061)6625474-6631003
https://umsu.ac.id rektor@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Kampus Kita, Cerdas Kita

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENETAPAN HASIL UJIAN SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Berdasarkan Berita Acara Ujian Skripsi yang dilaksanakan pada hari **Rabu** tanggal **16 April 2025**. Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dengan ini menetapkan bahwa :

Nama : **ROBI SONARAY**
NPM : **1906200208**
Prodi/Bagian : **HUKUM/ HUKUM BISNIS**
Judul Skripsi : **PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM PRAKTIK JUAL RUGI
SMARTPHONE MELALUI SOSIAL MEDIA TIKTOK**

Penguji : 1. **Dr. RACHMAD ABDUH, S.H., M.H** NIDN: 0004127204
2. **Assoc. Prof. Dr. Hj. Masitah Pohan, S.H., M.Hum** NIDN: 0111116301
3. **Dr. ISMAIL KOTO, S.H., M.H** NIDN: 0106069401

Lulus, dengan nilai A, Predikat Istimewa

Oleh karenanya dinyatakan berhak menggunakan gelar **Sarjana Hukum (S.H)**.

Ditetapkan di Medan
Tanggal, 16 April 2025

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. Faisal, S.H.M.Hum.
NIDN: 0122087502

Assoc. Prof. Dr. Zainuddin, S.H., M.H
NIDN: 0118047901



FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mulhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061)6625474-6631003
https://umsu.ac.id | rektor@umsu.ac.id | umstumedan | umstumedan | umstumedan | umstumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I

Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari **Rabu**, Tanggal **16 April 2025**, Jam 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah Mendengar, Melihat, Memperhatikan, Menimbang:

MENETAPKAN

NAMA : **ROBI SONARAY**
NPM : **1906200208**
PRODI / BAGIAN : **HUKUM/ HUKUM BISNIS**
JUDUL SKRIPSI : **PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM PRAKTIK JUAL RUGI SMARTPHONE MELALUI SOSIAL MEDIA TIKTOK**

Dinyatakan : () Lulus Yudisium Dengan Predikat **Istimewa**
() Lulus Bersyarat, memperbaiki / Ujian Ulang
() Tidak Lulus

Setelah lulus dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar **Sarjana Hukum (S.H)** Dalam Bagian **Hukum Bisnis**.

PANITIA UJIAN

Ketua

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum

NIDN. 0122087502

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H

NIDN. 0118047901

Anggota Penguji:

1. **Dr. RACHMAD ABDUH, S.H., M.H**
2. **Assoc. Prof. Dr. Hj. Masitah Pohan, S.H., M.Hum**
3. **Dr. ISMAIL KOTO, S.H., M.H**

1.
 2.
 3.
-



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061)6625474-6631003

<https://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

File terdapat di folder >>> 13.08.2024
Berkas dan lampiran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Strata 1 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bagi:

NAMA : ROBI SONARAY
NPM : 1906200208
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM PRAKTIK JUAL RUGI SMARTPHONE MELALUI SOSIAL MEDIA TIKTOK
PENDAFTARAN : TANGGAL, 27 MARET 2025

Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah lulus dari Ujian Skripsi Penulis berhak memakai gelar:

SARJANA HUKUM (S.H)

Diketahui
DEKAN FAKULTAS HUKUM

DOSEN PEMBIMBING


Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H., M.Hum.

NIDN. 0122087502


Dr. ISMAIL KOTO, S.H., M.H

NIDN. 0106069401



FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061)6625474-6631003
🌐 <https://umsu.ac.id> ✉ rektor@umsu.ac.id 📘 [umsumedan](#) 📷 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BUKTI PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara telah menerima Pendaftaran Ujian Skripsi:

Nama : ROBI SONARAY
NPM : 1906200208
Prodi/Bagian : HUKUM/ HUKUM BISNIS
Judul Skripsi : PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM PRAKTIK JUAL RUGI SMARTPHONE MELALUI SOSIAL MEDIA TIKTOK
Dosen Pembimbing : Dr. ISMAIL KOTO, S.H., M.H
NIDN. 0106069401

Selanjutnya layak untuk diujikan

Medan, 27 Maret 2025

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. FAISAL, S.H. M.Hum.
NIDN. 0122087502

Assoc. Prof. Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H
NIDN. 0118047901



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061)6625474-6631003
🌐 <https://umsu.ac.id> ✉ rektor@umsu.ac.id 📘 [umsumedan](#) 📷 [umsumedan](#) 🐦 [umsunedan](#) 📺 [umsunedan](#)

UMSU Mengembangkan Pembelajaran Inovatif Berbasis Teknologi
Berprestasi dan Tanggungjawab

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : ROBI SONARAY
NPM : 1906200208
PRODI/BAGIAN : HUKUM/ HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM PRAKTIK JUAL RUGI SMARTPHONE MELALUI SOSIAL MEDIA TIKTOK

Disetujui untuk disampaikan kepada
Panitia Ujian Skripsi

Medan, 10 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Dr. ISMAIL KOTO, S.H., M.H

NIDN. 0106069401



FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 – 66224567 Fax. (061)6625474-6631003
🌐 <https://umsu.ac.id> ✉ rektor@umsu.ac.id 📘 [umsunedan](#) 📷 [umsunedan](#) 🐦 [umsunedan](#) 📺 [umsunedan](#) 📺 [umsunedan](#)

Unggul | Cerdas | Berprestasi

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : **ROBI SONARAY**
NPM : **1906200208**
PRODI/BAGIAN : **HUKUM/ HUKUM BISNIS**
JUDUL SKRIPSI : **PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM PRAKTIK JUAL RUGI SMARTPHONE MELALUI SOSIAL MEDIA TIKTOK**

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini diketahui merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 10 Maret 2025

Saya yang menyatakan,



ROBI SONARAY
NPM. 1906200208



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [umsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu) [umsu](https://www.linkedin.com/umsu)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : ROBI SONARAY
NPM : 1906200208
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM PRAKTIK JUAL RUGI *SMARTPHONE* MELALUI SOSIAL MEDIA TIKTOK
PEMBIMBING : Dr. Ismail Koto, S.H.,M.H

No.	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
1.	15-02-25	Pemilihan Sesuaikan buku panduan	
2.	19-02-25	Rumusan masalah dan daftar pustaka di sesuaikan	
3.	21-02-25	Pembahasan memiliki referensi yang jelas	
4.	23-02-25	Tanda baca mengikuti buku panduan penulisan	
5.	24-02-25	darah antara ayat al-auran dengan terwujud	
6.	26-02-25	Peramoran pada bab di bagian tengah	
7.	27-02-25	pada awal kalimat jangan ada tanda peng	
8.	28-02-25	Gurakan referensi tulisan Dosen pembimbing	
9.	06-03-25	Kesimpulan dan saran lebih tegas dan jelas	
10.	09-03-25	Daftar pustaka sesuai abjad	
11.	10-03-25	Setuju untuk disidangkan	

Diketahui,
DEKAN FAKULTAS HUKUM

(Dr. FAISAL, SH., M.Hum)

DOSEN PEMBIMBING

(Dr. Ismail Koto, S.H.,M.H)

ABSTRAK

PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DALAM PRAKTIK JUAL RUGI *SMARTPHONE* MELALUI SOSIAL MEDIA TIKTOK

Robi Sonaray

Persaingan usaha adalah kondisi dimana terdapat dua pihak (pelaku usaha) atau lebih berusaha untuk saling mengungguli dalam mencapai tujuan yang sama dalam suatu usaha tertentu. Dalam persaingan usaha tidak terpungkiri akan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Persaingan usaha tidak sehat diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Salah satu contoh persaingan usaha tidak sehat adalah praktik jual rugi *smartphone* melalui sosial media Tiktok. Maraknya praktik jual rugi *smartphone* yang dilakukan di Tiktok membuat keresahan berbagai pihak, namun pengaturan secara khusus mengenai hal ini belum diatur di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ketentuan hukum mengenai jual rugi, untuk mengetahui dampak kegiatan jual rugi *smartphone* melalui sosial media Tiktok, dan juga untuk mengetahui bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha atas praktik jual rugi *smartphone* melalui sosial media. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian normatif dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif yang diambil dari data sekunder dengan mengolah data dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

Berdasarkan hasil penelitian dipahami bahwa praktik jual rugi merupakan suatu keadaan di mana suatu pelaku usaha menetapkan harga jual dari produk barang dan/atau jasa yang diproduksinya di bawah harga standar. Pengaturan mengenai jual rugi yaitu dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, namun pengaturan mengenai jual rugi yang dilakukan melalui sosial media belum diatur di Indonesia. Dampak dari kegiatan jual rugi *smartphone* melalui sosial media Tiktok adalah tidak stabilnya perekonomian, banyak pelaku usaha yang gulung tikar, dan juga akan merugikan konsumen jika diberlakukan jual rugi dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Persaingan Usaha Tidak Sehat, Jual Rugi, Tiktok

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pertama-tama disampaikan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi penyayang atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi yang berjudul **“Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Praktik Jual Rugi Smartphone Melalui Sosial Media Tiktok.”**

Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah diucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dengan rasa hormat dan penghargaan yang setinggi-tingginya Penulis ucapkan kepada Ayahanda dan Ibunda yang telah mengasuh dan mendidik dengan curahan kasih sayang, sehingga Penulis dapat menyelesaikan program studi ini dengan skripsi yang telah selesai ini.

Terima kasih kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Prof. Dr. Agussani., M. AP atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan program sarjana ini. Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Assoc. Prof. Dr. Faisal, S. H., M. Hum., atas kesempatan menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demikian juga halnya kepada Wakil Dekan I Bapak Assoc. Prof. Dr. Zainuddin, S. H., M. H., dan Wakil Dekan III Ibu Dr. Atikah Rahmi S.H., M.H.

Terimakasih kepada Kepala Bagian Hukum Bisnis, yaitu Bapak Dr. Rachmad Abduh, S. H., M. H., yang telah memberikan dorongan dan bimbingan dan terimakasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya diucapkan kepada Bapak Dr. Ismail Koto, S. H., M. H., selaku Pembimbing, dan Bapak Andryan, S.H., M.H. selaku Pembimbing, yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini selesai.

Disampaikan juga penghargaan kepada seluruh staf pengajar Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tak terlupakan disampaikan terima kasih kepada seluruh narasumber yang telah memberikan data selama penelitian berlangsung. Penghargaan dan terima kasih disampaikan kepada ibu Dian Handayani atas bantuan dan dorongan hingga skripsi dapat diselesaikan.

Tiada gedung yang paling indah kecuali persahabatan. Untuk itu, dalam kesempatan diucapkan terimakasih kepada sahabat-sahabat yang telah banyak berperan, yang telah menemani dan menyemangati selama ini, yang mana tidak bisa disebutkan satu per satu namanya. Terimakasih atas semua kebaikannya, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, tiada maksud mengecilkan arti pentingnya bantuan dan peran mereka, dan untuk itu disampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya.

Akhirnya, tiada gading yang tak retak, retaknya gading karena alami, tiada orang yang tak bersalah kecuali Ilahi Robbi. Mohon maaf atas segala kesalahan selama ini, begitupun disadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu,

diharapkan ada masukan yang membangun untuk kesempurnaannya. Terimakasih semua, tiada lain yang diucapkan selain kata semoga kiranya mendapat balasan dari Allah SWT dan mudah-mudahan semuanya selalu dalam lindungan Allah SWT, Aamiin. Sesungguhnya Allah mengetahui akan niat baik hamba-hambanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 5 Februari 2025

Hormat Saya

Robi Sonaray

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
1. Rumusan Masalah	7
2. Faedah Penelitian	7
B. Tujuan Penelitian	7
C. Definisi Operasional.....	8
D. Keaslian Penelitian	9
E. Metode Penelitian.....	11
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	11
2. Sifat Penelitian	11
3. Sumber Data Penelitian.....	12
4. Alat Pengumpul Data	12
5. Analisis Data	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Hukum Bisnis.....	14
B. Persaingan Usaha Tidak Sehat	15
C. Sosial Media	16
D. Tiktok	17
E. Transaksi	18

F. Smartphone	21
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	23
A. Kajian Hukum Praktik Jual Rugi Smartphone Melalui Sosial Media	23
B. Dampak Kegiatan Jual Rugi Smartphone Melalui Sosial Media Tiktok ...	46
C. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Atas Praktik Jual Rugi Smartphone Melalui Sosial Media.	57
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha merupakan kegiatan yang penting dilakukan oleh individu untuk memberikan kestabilan ekonomi dalam kehidupan. Banyak bentuk usaha yang sudah berkembang hingga saat ini. Salah satunya adalah berjualan. Beberapa tahun belakangan ini (6-7 tahun) usaha berjualan sudah mulai berkembang dengan datangnya toko toko *online*. Cepatnya perkembangan toko *online* membuat harga barang yang beredar tidak stabil sehingga membuat persaingan usaha yang tidak sehat. Hukum ada untuk menyelaraskan keseimbangan pada masyarakat termasuk persaingan usaha.

Hukum ialah peraturan berupa norma dan sanksi yang diciptakan untuk mengatur tingkah laku manusia, menjaga ketertiban dan keadilan, serta mencegah kekacauan. Dan hukum ialah peraturan atau ketetapan, baik tertulis maupun tidak tertulis, yang mengatur kehidupan bermasyarakat dan memberikan sanksi bagi yang melanggarnya. Undang-undang berupaya untuk sebisa mungkin menyelaraskan kepentingan individu dengan kepentingan masyarakat.

Mengingat masyarakat itu sendiri terdiri dari individu-individu yang menciptakan interaksi, maka akan selalu terjadi konflik dan ketegangan antara kepentingan individu dan antara kepentingan individu dengan kepentingan masyarakat. Undang-undang berupaya untuk mempertimbangkan ketegangan dan

konflik ini semaksimal mungkin.¹

Hukum juga mengatur kebijakan yang berkaitan dengan bisnis untuk menjaga legalitas atas bisnis yang ada di Indonesia. Hukum dagang atau biasa disebut hukum bisnis adalah cabang hukum yang mengatur tata cara dan pelaksanaan urusan atau kegiatan komersial, industri, dan keuangan yang berkaitan dengan pertukaran barang dan jasa, produksi dan penempatan uang. Hukum bisnis di dalam kerangka itu mencakup berbagai aspek kegiatan usaha, baik kecil maupun besar.²

Etika merupakan hal yang tidak bisa dilupakan dalam menjalankan sebuah bisnis. Ada yang berpendapat bahwa etika sama dengan moralitas. Sebenarnya ada persamaannya, karena sama-sama membahas masalah baik dan buruknya perilaku manusia. Dari sudut pandang filosofis, tujuan etika adalah untuk mencapai gagasan yang sama bagi semua orang di segala waktu dan tempat, dengan menggunakan sebanyak mungkin skala perbuatan baik dan buruk yang dapat ditentukan oleh pikiran.³ Etika bisnis merupakan standar dan pedoman bagi seluruh karyawan, termasuk manajemen, untuk menjalankan bisnis secara etis.

Sumber etika dalam Islam (etika Islam) adalah Al-Qur'an dan Sunnah yang mana kedua sumber tersebut selalu menjadi tolak ukur akan baik buruknya perbuatan yang dilakukan oleh kaum muslimin.

¹ Asifah Elsa Nurahma Lubis & Farhan Dwi Fahmi, Pengenalan Dan Definisi Hukum Secara Umum (Literature Review Etika), *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 2 No. 6, 768–789, Tahun 2021.

² Sulastiana & Teddy Oswari, *Hukum Bisnis*, (Solok: PT MAFY MEDIA LITERASI Indonesia, 2024), Halaman 4

³ Sri Wahyuningsih, *Konsep Etika Dalam Islam*. JURNAL AN-NUR: Kajian Ilmu-Ilmu Pendidikan Dan Keislaman, Vol. 8 No. 1, Tahun 2022

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا^ق

Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang megharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat, dan dia banyak menyebut nama Allah. (QS. Al-Ahzab: 21).

Demikian pula tujuan dari etika bisnis adalah untuk mengembangkan kesadaran moral para pebisnis untuk menjalankan bisnis dengan benar, menetapkan batasan, dan membantu banyak orang yang terlibat dalam bisnis, baik di bidang bisnis maupun bidang profesional menyebabkan kerugian pada orang lain.⁴

Dengan berkembangnya zaman saat ini, hampir setiap aspek kegiatan yang dilakukan masyarakat diatur dengan undang-undang, Tidak terkecuali aktivitas ekonomi. Ekonomi digital juga merupakan salah satu diantaranya. Yang penulis maksudkan disini adalah kegiantan perekonomian yang didukung oleh teknologi, dalam tulisan ini termasuk berjualan melalui media sosial.

Indonesia adalah negara yang menganut sistem demokrasi ekonomi. Meskipun sistem utama ekonomi negara menganut paham demokrasi ekonomi berdasarkan kebersamaan dan asas kekeluargaan namun negara tetap menjamin paham individualism atau asas perorangan dalam berwiraswasta dan memberikan ruang kepada pihak swasta untuk menggerakkan sektor ekonomi yang tidak dominan, yang tidak menguasai hajat hidup orang banyak.⁵

⁴ Ris Handayani, *Etika Dan Hukum Bisnis*. (Jakarta: Stie Ipwija, 2021). Halaman 1.

⁵ Ismail Koto, Peran Badan Usaha Milik Negara dalam Penyelenggaraan Perekonomian Nasional Guna Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat, *SiNTESa (Seminar Nasional Teknologi dan Humaniora)*, Vol. 1 No. 1, Tahun 2021, halaman 465.

Segala hal yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi yang telah dibahas di dalam GATT, WTO dan lembaga-lembaga ekonomi internasional lainnya harus menjadi pertimbangan serius di dalam membangun hukum ekonomi Indonesia.⁶ Ekonomi digital memungkinkan pertukaran barang, jasa, dan informasi melalui platform digital yang didukung oleh teknologi seperti Internet, cloud, *Internet of Things* (IoT), dan AI. Ekonomi digital muncul seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin memudahkan interaksi antar masyarakat di seluruh dunia.

Di bawah ini adalah contoh ekonomi digital yang sudah ada di Indonesia, Mungkin Anda sudah melakukan beberapa di antaranya, yaitu:

1. *E-commerce*, merupakan kependekan dari *electronic commerce* atau perdagangan elektronik, adalah suatu bentuk transaksi komersial di mana barang dan jasa dibeli dan dijual melalui Internet atau platform elektronik lainnya. Pada konteks ini, pembeli dan penjual tidak perlu hadir secara fisik di lokasi yang sama dan transaksi dilakukan secara elektronik.⁷
2. Fintech merupakan singkatan dari *Financial Technology* dan mengacu pada inovasi yang menggabungkan sistem keuangan dan teknologi untuk menyederhanakan sistem keuangan. Fintech merupakan hasil perpaduan antara jasa keuangan dan teknologi yang pada akhirnya mengubah model bisnis dari model tradisional menjadi model moderat.⁸

⁶ Supeno, *Hukum Ekonomi Sebuah Intisari Singkat*, (Solok: Balai Insan Cendikia Mandiri, 2020), Halaman 7.

⁷ Neny Rosmawarni, *E-COMMERCE*. (Yogyakarta: PT Penamuda Media, 2024), Halaman 4.

⁸ Budi Raharjo, *Fintech, Teknologi Finansial Perbankan Digital*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021), Halaman. 1

3. Layanan digital, atau biasanya lebih sering disebut dengan “*e-services*”, dapat dipahami sebagai penyediaan layanan melalui jaringan elektronik, seperti Internet. Berkat teknologi digital, layanan seperti pembersihan rumah, perawatan rumah, dan perbaikan peralatan rumah tangga dapat ditawarkan secara *online*.⁹

Semua layanan ini dapat diakses dari ponsel cerdas Anda. Para Ahli Menurut para ahli, pengertian *smartphone* menurut David Wood, *smartphone* merupakan ponsel cerdas yang memiliki keunggulan dibandingkan perangkat telekomunikasi lainnya. *Smartphone* memiliki banyak fitur yang dapat kita akses, di antaranya adalah sosial media *e-commerce* dan lain sebagainya. Media sosial adalah sebuah platform atau situs web yang memungkinkan penggunanya berinteraksi, berbagi informasi, dan membuat konten di Internet atau perangkat seluler.

Platform digital, termasuk media sosial, semakin berperan dalam dunia bisnis. Seiring dengan meningkatnya jumlah konsumen yang menggunakan media sosial, semua jenis bisnis beralih ke media sosial untuk menjangkau audiens baru dan memperkuat hubungan dengan pelanggan yang sudah ada.¹⁰ Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, berinteraksi, dan terhubung dengan orang lain secara *online*.

Media sosial menjadi semakin populer di seluruh dunia dan telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik. Media sosial tidak hanya mencakup jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, tetapi

⁹ Wahyuddin, *Layanan Digital di Era 5.0*, (Padang: Pt Global Eksekutif Teknologi, 2023), Halaman. 16

¹⁰ Leon A. Abdillah, *Peranan Media Sosial Modren*, (Palembang: Bening Media Publishing, 2022), Halaman 10

juga platform komunikasi seperti WhatsApp, Telegram, dan Line, serta platform berbagi video seperti YouTube dan Tiktok.¹¹

Tiktok Shop berdampak besar terhadap perekonomian. Pertumbuhan bisnis, inovasi, kreatifitas dan dunia usaha, serta dampak terhadap perilaku konsumen merupakan fenomena baru yang terlihat dengan jelas. Namun, untuk memastikan pertumbuhan berkelanjutan jangka panjang di sektor ini, tantangan peraturan dan keamanan data juga harus diatasi dengan bijak.

Penelitian ini berjudul **“Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Praktik Jual Rugi *Smartphone* Melalui Sosial Media Tiktok”** yang mana dapat dilihat dari beberapa pelaku usaha yang ada di Indonesia yaitu salah satunya PS Store, baim wong dan yang lainnya. Para pelaku usaha tersebut menjual *smartphone* ataupun alat elektronik lainnya seperti ipad dengan harga jual rugi yang mempengaruhi harga pasar yang berdampak pada ekonomi di Indonesia. Merujuk pada Badan Pusat Statistika bahwa ekonomi Indonesia saat ini masih di angka 5,05 persen yang artinya masih jauh dari ekonomi yang dapat mendorong perkembangan Indonesia di bidang ekonomi. Penelitian ini juga akan berfokus penyebab, dampak atau akibat dari tindakan pelaku usaha yang memonopoli harga *smartphone* yang merusak pasar.

1. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana kajian hukum tentang praktik jual rugi *smartphone* melalui sosial media?

¹¹ *Ibid.*, Halaman 10

- b. Bagaimana dampak kegiatan jual rugi *smartphone* melalui sosial media Tiktok yang dilakukan oleh pelaku usaha?
- c. Bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha atas praktik jual rugi *smartphone* melalui sosial media?

2. Faedah Penelitian

Faedah penelitian merupakan manfaat dari penelitian ini agar lebih tepat sasaran untuk pembaca. Adapun faedah penelitian yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

- a. Secara Teoritis

Penelitian hukum ini diharapkan bisa memberikan gambaran mengenai tentang praktik jual rugi *smartphone* melalui sosial media Tiktok, serta diharapkan dapat menambah literatur ilmiah, khususnya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatra utara.

- b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan pengetahuan bagi mahasiswa, praktisi, maupun masyarakat mengenai praktik jual rugi *smartphone* melalui sosial media Tiktok.

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penulisan proposal ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kajian hukum tentang praktik jual rugi *smartphone* melalui sosial media.
- b. Untuk mengetahui dampak kegiatan jual rugi *smartphone* melalui sosial media Tiktok.

- c. Untuk mengetahui bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas praktik jual rugi *smartphone* melalui sosial media.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional atau kerangka konsep adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara definisi-definisi/konsep-konsep yang akan diteliti. Sesuai dengan judul penelitian yang diangkat, yaitu “**Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Praktik Jual Rugi *Smartphone* Melalui Sosial Media Tiktok,**” dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa variabel yang secara kontitusional digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

2. Jual Rugi

Jual rugi merupakan 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 praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

3. Sosial Media

Sosial media dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya.

4. Tiktok

Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang memberikan kemungkinan bagi para penggunanya untuk dapat membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit yang didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya.

5. Penjualan

Penjualan adalah kegiatan jual beli yang dijalankan oleh dua belah pihak atau lebih dengan alat pembayaran yang sah. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).

6. *Smartphone*

Smartphone adalah telepon genggam yang memiliki sistem operasi untuk masyarakat luas, fungsinya tidak hanya untuk SMS dan telepon saja tetapi pengguna dapat dengan bebas menambahkan aplikasi, menambah fungsi-fungsi atau mengubah sesuai keinginan pengguna.

D. Keaslian Penelitian

Untuk melihat dan mengetahui keaslian dari skripsi yang saya susun dengan judul “Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Praktik Jual Rugi *Smartphone* Melalui Media Sosial Tiktok”, bahwasannya belum pernah dilakukan penulisan skripsi dengan judul tersebut di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, meskipun di sisi lain terdapat judul skripsi yang hamper sama namun substansinya berbeda. Penulis menulis skripsi ini berdasarkan literatur-literatur yang diperoleh dari perpustakaan, peraturan perundang undangan yang

berkaitan dengan informasi yang berhubungan dengan persaingan usaha dan jual rugi dalam hukum bisnis, media cetak, media elektronik, dan juga melalui bantuan para pihak lainnya.

Dari beberapa judul penelitian yang pernah diangkat sebelumnya, ada dua judul yang hampir mendekati sama dengan penelitian dalam penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Skripsi Richard Febriyan Raintung, NPM/NIM. B011181340, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar, Tahun 2022, yang berjudul “Tinjauan Hukum Persaingan Usaha Dalam Pencegahan Praktek Jual Rugi Dalam Perdagangan Marketplace.” Skripsi ini merupakan penelitian normatif yang lebih menekankan pada penegakan hukum dari praktik jual rugi dalam perdagangan.
2. Skripsi Andriyan, NPM.1806200029, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Tahun 2023, yang berjudul “Pencegahan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Sistem Perdagangan Secara Elektronik”. Skripsi ini merupakan penelitian normatif yang lebih menekankan pada pencegahan dari persaingan usaha tidak sehat.

Secara konstruktif, substansi dan pembahasan terhadap kedua penelitian tersebut di atas berbeda dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Kajian topik bahasan yang diangkat dalam bentuk skripsi ini mengarah pada aspek penelitian khusus terkait Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Praktik Jual Rugi *Smartphone* Melalui Sosial Media.

E. Metode Penelitian

Penelitian adalah sebuah proses pemecahan suatu dari masalah dengan adanya dilakukan suatu pendekatan dengan yang dinamakan metode ilmiah untuk menyelesaikan permasalahan yang ada secara sistematis. Hasil dari penelitian yang dilakukan nantinya adalah teori baru yang berkaitan dengan masalah yang sedang dikaji atau kesimpulan dari dugaan dugaan yang telah dibuat sebelumnya.

Metode penelitian adalah suatu teknik pemikiran yang dipergunakan untuk melaksanakan suatu prosedur penelitian. Untuk melengkapi penulisan skripsi ini dengan tujuan agar dapat lebih terarah dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian pada skripsi ini adalah jenis penelitian normatif, yaitu penelitian yang menggunakan data sekunder sebagai data utama, antara lain seperti dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian atau dapat disebut studi pustaka, dan menggunakan pendekatan perundang-undangan untuk mencari jawaban dari pada masalah yang sedang dikaji saat ini.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, hal ini dikarenakan menggambarkan bagaimana persaingan usaha tidak sehat dalam praktik jual rugi *smartphone*. Deskriptif merupakan sifat penelitian yang menggambarkan/melukiskan suatu kondisi permasalahan tertentu.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari data sekunder yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Data sekunder terdiri dari 3 yaitu:

- a. Bahan hukum Islam, yaitu berupa Al-Qur'an dan Hadist
- b. Bahan hukum primer, yaitu berupa peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian.
- c. Bahan hukum sekunder, yaitu berupa bahan yang mendukung penelitian seperti: Jurnal, skripsi, tesis, disertasi atau karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan penelitian.
- d. Bahan hukum tersier, merupakan bahan non hukum yang relevan dan dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini, seperti: kamus bahasa, ensiklopedia atau jurnal cabang ilmu lainnya.

4. Alat Pengumpul Data

Alat pengumpul data pada penelitian ini adalah studi dokumen yang diperoleh secara *offline* dengan menelusuri buku-buku pada perpustakaan daerah Provinsi Sumatera Utara, perpustakaan Kota Medan serta buku pribadi milik penulis, dan secara *online* dengan melakukan pencaharian melalui internet untuk memperoleh e-book, jurnal atau penelitian yang relevan dengan pembahasan penelitian.

5. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu data yang telah diperoleh dari studi kepustakaan kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang dikaji di dalam penelitian ini, Jadi bahan hukum yang telah dikumpulkan

tersebut dianalisis untuk memecahkan permasalahan yang dikaji di dalam penelitian ini yaitu mengenai analisis putusan terhadap pelaksanaan urusan pemerintahan daerah.

Data yang dianalisis secara kualitatif akan dikemukakan dalam bentuk uraian secara sistematis, dan kemudian semua data yang diperoleh akan diseleksi, diolah dan kemudian dinyatakan secara deskriptif sehingga dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang dimaksud.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hukum Bisnis

Hukum bisnis dapat dipahami sebagai hukum yang mengatur kegiatan ekonomi. Hukum bisnis biasanya mengatur, mengawasi dan melindungi semua kegiatan usaha, termasuk kegiatan industri, perdagangan dan jasa, dan segala hal yang berkaitan dengan keuangan dan kegiatan usaha lainnya. Hukum Bisnis adalah peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur perdagangan dalam kegiatan ekonomi guna mewujudkan keamanan dan ketertiban perekonomian Indonesia. Pelanggaran aturan hukum di area bisnis ini dikenakan sanksi berat.¹²

Ruang lingkup hukum bisnis itu sendiri meliputi bidang-bidang berikut, antara lain:

1. Kontrak dagang
2. Aspek hukum badan usaha
3. Hubungan kerja
4. Hak kekayaan intelektual industri
5. Larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat
6. Perlindungan konsumen
7. Pajak
8. Pertanggungjawaban
9. Penyelesaian sengketa niaga
10. Kebangkrutan
11. Undang undang lalu lintas
12. Hukum perbankan dan sekuritas
13. Hukum perdagangan internasional atau perjanjian internasional

Undang-undang bisnis memainkan peran penting dalam mengatur praktik bisnis di negara ini. Adapun alasan mengapa hukum perusahaan sangat penting, Masalah Kompensasi – Hukum Bisnis sangat penting dalam menangani berbagai

¹² Ris Handayani, *Etika Dan Hukum Bisnis*, (Jakarta: Stie Ipwija, 2021), Halaman 38.

masalah kompensasi dalam suatu organisasi. Perlindungan Hak Pemegang Saham – Hukum bisnis memainkan peran penting dalam melindungi hak-hak pemegang saham perusahaan.¹³

B. Persaingan Usaha Tidak Sehat

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pasal 1 ayat 6, Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Persaingan tidak sehat menurut Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Bagi sebagian pelaku usaha persaingan sering dianggap sebagai sesuatu hal yang negatif, kurang menguntungkan, karena dalam persaingan itu ada beberapa unsur yang perlu direbut dan dipertahankan seperti pangsa pasar, konsumen, harga dan sebagainya. Jika banyak pelaku usaha yang terlibat dalam proses persaingan maka keuntungan bagi pelaku usaha itu semakin berkurang.¹⁴

¹³ Fai. *Hukum Bisnis, Pengertian, Tujuan Dan Sumber*. Melalui <https://umsu.ac.id/hukum-bisnis/>, Diakses Pada Tanggal 02 October 2024, Pukul 17.35 Wib.

¹⁴ Meita Fadhilah, Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Kerangka Ekstrateritorial. *Jurnal Wawasan Yuridika*, Vol. 3 No. 1, Tahun 2019, Halaman 60-61.

Pelanggaran hukum persaingan usaha yang mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat dapat mengakibatkan pelaku usaha yang terbukti melanggar akan dijatuhi sanksi administratif. Pasal 47 ayat (2) UU 5/1999 mengatur bentuk bentuk tindakan administratif apa saja yang dapat dijatuhkan oleh KPPU, seperti penghentian pelanggaran, pembayaran ganti rugi, dan pengenaan denda.

Sanksi administratif yang dapat dijatuhkan terhadap pelaku usaha yang terbukti melakukan persekongkolan dalam tender adalah denda. Denda tersebut ditetapkan dalam Pasal 47 ayat (2) huruf g UU Nomor 5 Tahun 1999, dengan besaran minimal Rp. 1 miliar dan maksimal Rp. 25 miliar.

Penetapan sanksi daftar hitam ini bertujuan untuk memberikan efek jera bagi para pelaku usaha, karena sanksi tersebut dapat memberikan kerugian bagi kelangsungan kegiatan bisnis pelaku usaha baik secara ekonomi maupun moral atau menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap pelaku usaha tersebut.¹⁵

C. Sosial Media

Bahwa pengertian media sosial merupakan suatu platform media yang memfokuskan pada suatu eksistensi pengguna yang memfasilitasi para pengguna dalam beraktifitas maupun dalam berkolaborasi. Media sosial sebagai sebuah medium di internet yang memungkinkan pengguna bias mempresentasikan dirinya baik berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya

¹⁵ Gleshya Regita Putri My Made, Kewenangan KPPU Menjatuhkan Sanksi Daftar Hitam Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, Vol 5 No. 2, Tahun 2021, Halaman 105

serta membentuk suatu ikatan sosial secara virtual. Media sosial mempunyai batasan dan ciri khusus bila dibandingkan dengan media-media lainnya.¹⁶

D. Tiktok

Tiktok merupakan suatu jejaring media sosial serta platform video musik yang diluncurkan pada bulan September tahun 2016 yang berasal dari negeri Tiongkok. Aplikasi Tiktok memberikan akses kepada para penggunanya untuk dapat membuat video pendek mereka sendiri. Dimana pengguna dapat menggunakan aplikasi ini untuk membagikan video pendeknya pada seluruh pengguna lainnya. Yang awalnya hanya berdurasi sekitar 15-60 detik hingga menjadi maksimal 3 menit.¹⁷

Dapat kita simpulkan Tiktok merupakan aplikasi sosial media yang memiliki fleksibilitas yang sangat beragam yang dapat menguntungkan penggunanya sekaligus tetap dapat menghibur penggunanya. Diantara fitur fitur Tiktok yang beragam terdapat pula fitur jual beli yang disediakan oleh aplikasi Tiktok tersebut.

Pada aplikasi Tiktok terdapat fitur jual beli yang merupakan inovasi baru untuk sebuah bentuk sosial media. Fitur jual beli inilah yang membuat banyak orang memiliki kesempatan atau peluang usaha yang baru. Fitur jual beli ini memicu persaingan usaha yang baru pada masyarakat, banyak masyarakat yang berbondong-bondong berjualan melalui fitur Tiktok ini.

¹⁶ Nandy, *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat Dan Perkembangannya*, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>, Diakses Pada Tanggal 10/2/2024, Pukul 20.01 WIB

¹⁷ Yuni Fitriani, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital*. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, Vol 5 No. 4, Tahun 2021, halaman 7-10.

Tiktok Shop merupakan salah satu fitur yang berfungsi sebagai *market place* atau tempat belanja *online*. Pada Tiktok juga terdapat fitur *Engagement Rate* yang dapat digunakan oleh pebisnis atau influencer sebagai indikator dalam menilai partisipasi audiens terhadap konten yang dipublikasikan sehingga fitur ini dapat dijadikan insight dalam berjualan di Tiktok Shop.¹⁸

Tiktok Shop juga memberikan suatu layanan yang sama seperti *marketplace* maupun *E-Commerce* pada umumnya tetapi Tiktok Shop memberikan harga yang sangat terjangkau dimana dengan harga yang ditawarkan jauh lebih rendah daripada *market place* atau *E-Commerce* yang ada serta memberikan promo yang menarik bahkan potongan harga yang cukup besar sehingga mendorong para konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan dalam aplikasi Tiktok.¹⁹

E. Transaksi

Transaksi adalah terbentuknya kontrak antara dua pihak, penjual dan pembeli, untuk bertukar barang atau jasa. Transaksi sendiri merupakan bagian dari kegiatan bisnis, baik besar maupun kecil. Transaksi dalam suatu perusahaan menyebabkan perubahan posisi keuangan perusahaan. Perubahan posisi keuangan suatu perusahaan karena adanya transaksi, seperti penjualan, pembelian, pembayaran karyawan, pembayaran sewa, pembayaran asuransi, dan pengeluaran lainnya. Setiap transaksi yang terjadi memerlukan alat pembayaran sebagai bukti

¹⁸ Agus Supriyanto, Penjualan Melalui Tiktok Shop Dan Shopee: Menguntungkan Yang Mana? *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, Volume 1 Nomor 1 Tahun 2023, Halaman 4.

¹⁹ Ibid.

pertukaran barang atau jasa. Metode pembayaran dalam bertransaksi bisa tunai atau non tunai.²⁰

Transaksi *e-commerce* dilaksanakan melalui pihak-pihak yang taksaling berjumpa tatap muka, tetapi terhubung dari Internet. Prinsipnya, semua pihak yang terlibat dalam *e-commerce* mempunyai hak serta kewajiban. Penjual ialah pihak yang menyuguhkan barang di Internet, sehingga menjadi tanggung jawab mereka untuk mengirimkan formasi yang akurat serta benar mengenai barang yang disuguhkan terhadap pelanggan.

Kartu kredit menjadi salah satu komponen penting dalam transaksi *online* sebab hamper seluruh teknologi membutuhkan penggunaan kartu kredit. Transaksi antara penjual serta pembeli terhubung oleh pihak ketiga, seperti bank ataupun lembaga keuangan. Apabila pelanggan memakai kartu kredit guna membeli dari pedagang khusus, seperti *www.ebay.com*, maka transaksi tersebut akan ditangani oleh bank yang mengelola rekening bank konsumen tersebut.²¹

Hubungan konsumen serta penyedia jasa dalam *e-commerce* tetap ada persyaratan berupa materi dan adanya pengesahan hukum yang terlibat di dalamnya. Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengamanatkan pembentukan Lembaga yang akan menyelenggarakan perlindungan konsumen, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), sehingga

²⁰ Muhammad Nur Abdi, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: PT Penamuda Media 2023), Halaman 72.

²¹ Alexandra Exelsia Saragih & Muhammad Fadhil Bagaskara., *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan*, Vol. 2 No. 1, Tahun 2023, halaman 3-4.

melalui fungsi, tugas dan wewenang dari kedua lembaga tersebut diharapkan dapat mewujudkan perlindungan konsumen yang bersifat preventif konsumen.²²

Perdagangan melalui sistem elektronik dalam transaksi elektronik memberikan penjelasan mengenai adanya pengaturan dalam transaksi elektronik. Setiap pelaku dagang usaha atau jasa dalam adanya transaksi elektronik wajib menyertakan informasi tentang barang dan jasa yang diperjual belikan secara jujur, terbuka serta akurat. Serta setiap pelaku dagang dan usaha sangat dilarang keras dalam melakukan perdagangan, dimana jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, karena hal ini sangat bertentangan dengan pengaturan hukum yang berlaku atas perdagangan.

Pemenuhan persyaratan data PME, pelaku usaha dan jasa wajib menyertakan identitas diri, serta sertifikat legalitas yang ada sebagai produsen maupun pelaku usaha dan jasa, serta adanya sertifikasi barang secara legal, sertifikasi barang dengan detail yang lengkap, sertifikasi keaslian dari barang atau jasa yang diperjual belikan, cara melakukan transaksi, serta cara pengiriman barang sampai ke tangan konsumen.²³

Menurut undang-undang dari Pasal 9 UU ITE, “badan usaha atau individu yang menyediakan produk melalui sistem elektronik diwajibkan untuk memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang syarat-syarat kontrak, produksi barang, dan produk yang ditawarkan”. Selanjutnya, Pasal 10 ayat (1) UU ITE menyatakan

²² Ahmad Fauzi & Ismail Koto, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Dengan Produk Cacat, *Journal of Education, Humaniora and Social Science*, Vol. 4 No. 3, Tahun 2022, Halaman 5.

²³ Dewa Gede Ananta Prasetya & Anal Agung Sagung Laksmi Dewi, Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi *Online. Jurnal Konstruksi Hukum*, Vol. 3 No. 2, Tahun 2022, halaman 3.

bahwasanya “setiap badan ekonomi yang melakukan transaksi melalui perangkat elektronik harus mendapatkan sertifikasi keandalan dari lembaga sertifikasi.”

Selain itu, pada implementasi *e-commerce*, pembuata-agent perlu meninjau prinsip-prinsip berikut:

1. kehati-hatian;
2. pengamanan dan terintegrasinya sistem teknologi informasi;
3. pengendalian pengamanan atas aktivitas transaksi elektronik;
4. efektivitas dan efisiensi biaya; dan
5. perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Artinya ketika melakukan transaksi *e-commerce*, penting bagi semua pihak untuk menerapkan prinsip-prinsip itu secara baik serta konsisten serta berhati-hati dalam transaksi merupakan hal yang sangat penting.

F. *Smartphone*

Mobile phone yang dikenal dengan ponsel adalah alat komunikasi yang terkoneksi jaringan komunikasi wireless melalui gelombang radio atau transmisi satelit. Kebanyakan *mobile phone* menyediakan komunikasi suara, SMS atau short message service, MMS atau multimedia message service, dan belakangan ini, ponsel tersebut juga telah support dengan layanan internet, seperti browsing dan e-mail.

Berdasarkan penjelasan tersebut, kita bisa menyimpulkan bahwa *smartphone* itu ialah sebuah telepon yang sangat canggih dan hampir menyerupai computer mini dimana di dalamnya terdapat fitur-fitur, seperti kalender, buku agenda, buku alamat, dan lainnya.²⁴

²⁴ Rachmadonna Shinta Daulay, dkk., Manfaat Teknologi *Smartphone* Dalam Kegiatan Pembelajaran Pendidikan Islam di Masa Pandemi Corona-19, *Al-Ulum: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 1 No. 1, Tahun 2020, halaman 6.

Smartphone memiliki dampak yang cukup baik bagi seorang individu untuk membantu atau memberikan kemudahan dalam berkehidupan. Ketika *online* individu biasanya akan mengakses sosial media seperti Instagram, LINE, WhatsApp, Facebook, Twitter, *game online*, *streaming* Youtube dan membuka Google untuk mengerjakan tugas atau laporan. Dengan berinternet ternyata dapat membantu subjek untuk mengurangi rasa marah, emosi dan sedih, karena akan merasa senang, tenang, dan bahagia.²⁵

²⁵ Dwi Kurnia Hidayanto, dkk., Pengaruh Kecanduan Telpon Pintar (*Smartphone*) Pada Remaja (Literature Review), *Jurnal Publisitas*, Vol. 8 No. 1, Tahun 2021, halaman 5.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kajian Hukum tentang Praktik Jual Rugi *Smartphone* Melalui Sosial Media Tiktok

Kehidupan manusia pada saat ini tidak terlepas dari kegiatan jual beli. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli merupakan persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.

Menurut Pasal 1457 KUHPerdara, perjanjian jual beli adalah perjanjian antara penjual dan pembeli di mana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pembeli, dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang itu.

Berdasarkan dua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam jual beli terdapat unsur penyerahan hak milik atas suatu barang dan terjadi ikatan timbal balik di mana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedangkan pihak yang lain (pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas jumlah yang telah ditetapkan sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut. Istilah yang mencakup dua perbuatan yang bertimbal balik itu adalah sesuai dengan istilah Belanda, yaitu *koop en verkoop* yang mengandung pengertian bahwa pihak yang satu *verkoopt* (menjual), dan yang lainnya *koop* (membeli).²⁶

²⁶ R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995), halaman 2.

Dunia usaha tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat sekitar, oleh karenanya pelaku usaha harus mampu beradaptasi dengan masyarakat sekitar guna mendukung usaha tersebut. Selain itu pelaku usaha harus melihat peluang usaha tersebut terhadap kemanfaatan terhadap warga sekitar. Perbedaan prinsip antara konsumen dan pelaku usaha dapat dilihat dari konsumen yang tentunya menginginkan barang atau jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sedangkan pelaku usaha membuat atau menjual barang atau jasanya untuk mendapat keuntungan bagi dirinya maupun usahanya.²⁷

Kegiatan jual beli yang terjadi tidak memungkiri terjadinya persaingan. Persaingan berpotensi mendorong terjadinya peningkatan jumlah pelaku usaha yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah penawaran dan jenis barang yang tersedia di pasar. Terjadinya persaingan usaha yang sehat diharapkan tidak terjadinya pemusatan kekuatan ekonomi pada seseorang atau suatu kelompok tertentu. Pemusatan ekonomi dapat memicu pelaku usaha untuk menyalahgunakan posisi ini.²⁸

Persaingan usaha merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan roda perekonomian suatu negara. Persaingan usaha dapat mempengaruhi kebijakan yang berkaitan dengan perdagangan, industri, iklim usaha yang kondusif, kepastian dan kesempatan berusaha, efisiensi, kepentingan umum, kesejahteraan rakyat dan lain sebagainya. Persaingan usaha diharapkan menempatkan alokasi sumber daya

²⁷ Ahmad Fauzi & Ismail Koto, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang Telah Dilanggar Haknya Melalui Jalur Litigasi dan Non-Litigasi, *Jurnal Yuridis*, Vol. 9 No. 1, Tahun 2022, halaman 15.

²⁸ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 tentang Jual Rugi (Predatory Pricing)*, (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2009), halaman 9.

yang sesuai dengan peruntukannya dengan efisien serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.²⁹

Terdapat dua macam persaingan dalam persaingan usaha, yaitu persaingan usaha sempurna dan persaingan usaha tidak sehat. Persaingan usaha sempurna adalah persaingan usaha atau industri di mana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual atau pun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar.³⁰ Persaingan usaha tidak sehat adalah kebalikan dari persaingan usaha sempurna, di mana pelaku usaha dalam bersaing melakukan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan jasa yang dilakukan dengan tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Pada persaingan usaha tidak sehat, pelaku usaha cenderung memupuk insentif untuk mendapatkan kekuatan pasar dan memperoleh kekuasaan untuk mengendalikan harga di pasar.

Terdapat beberapa nash Al-Qur'an yang berkaitan dengan persaingan bisnis, antara lain:

Q.S. Al-Baqarah (2) ayat 148:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu

²⁹ Andi Fahmi Lubis, dkk. *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017), halaman 24.

³⁰ Ni'matul Fitria Mukaromah & Temmy Wijaya, Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, Vol. 4 No. 2, Tahun 2020, halaman 5.

berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.

Dari ayat Al-Qur'an tersebut dijelaskan bahwa sebagai umat Islam memang sudah seharusnya untuk selalu berlomba-lomba dalam hal kebaikan, maksud dari berlomba-lomba dalam kebaikan dalam persaingan bisnis yaitu berlomba-lomba mencari rezeki dengan cara saling mengunggulkan atau mempromosikan usaha bisnisnya sesuai etika bisnis dalam Islam.

Terdapat juga Hadist Nabi Muhammad SAW yang menerangkan tentang persaingan bisnis, hal ini tertuang dalam Hadist Riwayat Tirmidzi Nomor 1225, yaitu:

سنن الترمذي ١٢٥ : حَدَّثَنَا بُنْدَارٌ حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ وَعَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ مَهْدِيٍّ وَبَهْزُ بْنُ أَسَدٍ قَالُوا حَدَّثَنَا حَمَادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ حَكِيمِ الْأَثْرَمِ عَنْ أَبِي تَمِيمَةَ الْهَجِيمِيِّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ أَتَى حَائِضًا أَوْ امْرَأَةً فِي دُبُرِهَا أَوْ كَاهِنًا فَقَدْ كَفَرَ بِمَا أَنْزَلَ عَلَى مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ أَبُو عَيْسَى لَا نَعْرِفُ هَذَا الْحَدِيثَ إِلَّا مِنْ حَدِيثِ حَكِيمِ الْأَثْرَمِ عَنْ أَبِي تَمِيمَةَ الْهَجِيمِيِّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ وَإِنَّمَا مَعْنَى هَذَا عِنْدَ أَهْلِ الْعِلْمِ عَلَى التَّغْلِيظِ وَقَدْ رُوِيَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ أَتَى حَائِضًا فَلْيَتَصَدَّقْ بِدِينَارٍ فَلَوْ كَانَ إِيْتَانُ الْحَائِضِ كُفْرًا لَمْ يُؤْمَرْ فِيهِ بِالْكَفَّارَةِ وَضَعَفَ مُحَمَّدٌ هَذَا الْحَدِيثَ مِنْ قِبَلِ إِسْنَادِهِ وَأَبُو تَمِيمَةَ الْهَجِيمِيُّ اسْمُهُ طَرِيفُ بْنُ مُجَالِدٍ

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Qutaibah dan Ahmad bin Mani' keduanya berkata; Telah menceritakan kepada kami Sufyan dari Az Zuhri dari Sa'id bin Al Musayyab dari Abu Hurairah ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda. Dan Qutaibah berkata; Hadits ini sampai kepada Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, beliau bersabda:

"Janganlah kalian bersaing dalam penawaran." Ia mengatakan; Dalam hal ini ada hadits serupa dari Ibnu Umar dan Anas. Abu Isa berkata; Hadits Abu Hurairah adalah hadits hasan shahih dan menjadi pedoman amal menurut para ulama, mereka memakruhkan persaingan dalam penawaran. Abu Isa berkata; Najsy adalah seseorang datang membagi barang dagangan kepada pedagang lalu menawarnya lebih banyak dari yang ditawarkan, hal itu ketika pembeli mendatangnya. Ia ingin mengelabui pembeli dan tidak bermaksud untuk menjual, ia hanya ingin mengelabui pembeli terhadap yang ia tawarkan, ini merupakan bentuk dari penipuan. Asy Syafi'i berkata; Seandainya seseorang melakukan persaingan penawaran, maka pelaku persaingan berdosa karena perbuatannya, namun jual beli boleh karena penjual tidak bersaing dalam penawaran.

Dari kutipan Hadist tersebut, dijelaskan bahwa boleh melakukan suatu persaingan bisnis, asalkan tidak melakukan persaingan dalam penawarannya. Persaingan bisnis bukan hanya sekadar diartikan sebagai tindakan menjatuhkan pelaku usaha pesaing, namun juga seperti menahan atau seperti memaksa beberapa Al-Mustaudi' (yang menitipkan barang).

Hadist Riwayat Abu Daud Nomor 2980 menjelaskan:

سنن أبي داود ٢٩٨٠: حَدَّثَنَا الرَّبِيعُ بْنُ نَافِعٍ أَبُو تَوْبَةَ حَدَّثَنَا عُبَيْدُ اللَّهِ يَعْنِي ابْنَ عَمْرِو الرَّقِّيَّ عَنْ أَيُّوبَ عَنْ ابْنِ سِيرِينَ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ تَلْقَى الْجَلْبِ فَإِنْ تَلَقَّاهُ مُتَلَقٍ مُشْتَرٍ فَاشْتَرَاهُ فَصَاحِبُ السِّلْعَةِ بِالْخِيَارِ إِذَا وَرَدَتْ السُّوقَ قَالَ أَبُو عَلِيٍّ سَمِعْتُ أَبَا دَاوُدَ يَقُولُ قَالَ سُفْيَانُ لَا يَبِيعُ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ بَعْضٍ أَنْ يَقُولَ إِنَّ عِنْدِي خَيْرًا مِنْهُ بِعَشْرَةٍ

Artinya: Telah menceritakan kepada kami [Ar Rabi' bin Nafi' Abu Taubah] telah menceritakan kepada kami ['Ubaidullah bin 'Amr Ar Raqqi], dari [Ayyub] dari [Ibnu Sirin] dari [Abu Hurairah] bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam melarang dari menyambut barang dagangan sebelum masuk pasar. Apabila terdapat pembeli yang menyambutnya kemudian membelinya maka pemilik barang memiliki hak untuk memilih apabila barang tersebut telah sampai ke pasar. Abu Ali berkata: aku mendengar Abu Daud berkata: Sufyan berkata: jangan sebagian kalian menjual barang yang masih ada dalam penawaran orang lain, dengan mengatakan: sesungguhnya aku memiliki yang lebih baik daripada itu dengan harga sepuluh.

Berdasarkan hal tersebut, dalam seluruh aktivitas manusia pada umumnya dan aktivitas ekonomi diarahkan untuk mencapai keberhasilan dan kesejahteraan dengan berpegang pada keadilan yang berkarakter komprehensif yang mendasar pada nilai-nilai moral Islam.

Untuk mengatasi terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di Indonesia, pemerintah Indonesia membuat regulasi hukum, yaitu diterbitkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat atau bisa disebut dengan UU No. 5 Tahun 1999 pada tanggal 5 Maret 1999. Sejak UU No. 5 Tahun 1999 berlaku telah banyak memberikan arti bagi perubahan dalam iklim berusaha menjadi lebih sehat dibandingkan dengan sebelum diberlakukannya undang-undang ini. Undang-undang ini bertujuan mewujudkan landasan ekonomi yang efisien, tangguh dan terbebas dari segala bentuk manipulasi pasar.

Tujuan dibentuknya undang-undang ini adalah untuk menjaga iklim persaingan antar pelaku usaha serta menjadikan persaingan antar pelaku usaha menjadi sehat. Selain itu juga bertujuan untuk menghindari terjadinya eksploitasi terhadap konsumen oleh pelaku usaha tertentu serta mendukung sistem ekonomi pasar yang dianut oleh suatu negara.³¹ Undang-undang ini memberikan landasan yang sangat fundamental terhadap terdapatnya sebuah perekonomian yang efisien tanpa adanya bentuk diskriminasi dalam bentuk apapun.

Pengaturan mengenai persaingan usaha tidak sehat sebelum diundangkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat diatur berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdara mengenai perbuatan melawan hukum dan juga Pasal 382 *bis* KUHPidana.

Pasal 1365 KUHPerdara berbunyi:

Tiap perbuatan melawan hukum yang membawa kerugian kepada seorang lain mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu untuk mengganti kerugian tersebut.

Pasal 382 *bis* KUHPidana berbunyi:

Barang siapa untuk mendapatkan melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau Perusahaan milik sendiri atau orang lain, melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seorang tertentu, diancam jika perbuatan itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain, karena persaingan curang, dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak tiga belas ribu lima ratus rupiah.

³¹ Firda Juliana & Muhammad Luthfi Radian, Aspek Hukum Bisnis Online Shop TikTok Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Undang-Undang Persaingan Usaha, *Juris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, Vol. 5, No. 2, Tahun 2024, halaman 294.

Rumusan Pasal 382 *bis* KUHPidana tersebut dapat dilihat bahwa seseorang dapat dikenakan sanksi pidana atas Tindakan persaingan curang dan harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu:

1. Adanya Tindakan tertentu yang dikategorikan sebagai persaingan curang;
2. Perbuatan persaingan curang itu dilakukan dalam rangka mendapatkan, melangsungkan, dan memperluas hasil dagangan, atau perusahaan;
3. Perusahaan yang diuntungkan karena persaingan curang tersebut baik perusahaan si pelaku maupun perusahaan lain;
4. Perbuatan pidana persaingan curang dilakukan dengan cara menyesatkan khalayak umum atau orang tertentu;
5. Akibat dari persaingan curang tersebut telah menimbulkan kerugian bagi kokurennya dengan orang lain yang diuntungkan dengan perbuatan si pelaku.³²

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur segala bentuk pelanggaran yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha yang mana tidak boleh dilakukan. Bentuk-bentuk pelanggaran yang diatur dalam kegiatan usaha antara lain mencakup perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan juga posisi dominan. Sebagaimana yang diketahui bahwa pelanggaran merupakan suatu perilaku atau tindakan yang menyimpang dari aturan hukum yang berlaku, sehingga menimbulkan kekacauan

³² Elsi Kartika Sari dan Advendi Simangunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2008), halaman 172.

di lingkungan masyarakat. Pelanggaran dapat juga didefinisikan sebagai “*overtredingen*” atau yang memiliki arti pelanggaran, yang secara harfiah adalah suatu perbuatan yang melanggar sesuatu dan berhubungan dengan hukum, berarti tidak lain dari pada perbuatan melawan hukum.³³

Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjelaskan istilah pelaku usaha, yaitu setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

Terdapat perbedaan antara monopoli dan praktik monopoli, hal ini dijelaskan dalam Pasal 1 angka 1 dan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pada pasal 1 angka 1 dijelaskan bahwa monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Menurut pasal 1 angka 2, praktik monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

³³ Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Pidana*, (Bandung: Refika Aditama, 2003), halaman 33.

Terjadinya kasus praktik monopoli dikarenakan ketidakseimbangan pasar dan atau adanya posisi dominan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan pelaku usaha melakukan praktik monopoli, salah satunya adalah minimnya pengawasan oleh Pemerintah.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur tentang perjanjian yang dilarang, perjanjian yang dilarang yang dimaksud adalah perjanjian yang terjadi atau mengakibatkan praktik persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha yang bertujuan untuk:

1. Melakukan praktik oligopoli;
2. Penetapan harga (*price fixing*);
3. Diskriminasi harga;
4. Penetapan harga di bawah harga pasar;
5. Penjualan kembali dengan harga rendah;
6. Pembagian wilayah (*market allocation*);
7. Pemboikotan (*boycott*);
8. Kartel (*cartel*);
9. Trust;
10. Oligopsoni;
11. Integrasi vertikal (*vertical integration*);
12. Perjanjian tertutup (*exclusive dealings*); dan
13. Perjanjian dengan pihak luar negeri.

Selain itu, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat juga terdapat pengaturan mengenai kegiatan yang dilarang, yang diartikan sebagai kegiatan yang terjadi atau dapat mengakibatkan praktik persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha, seperti monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, dan kegiatan jual rugi/murah, penetapan biaya produksi secara curang, dan persengkokolah (*collusive tendering*).

Perbedaan antara kegiatan yang dilarang dengan perjanjian yang dilarang terletak pada jumlah pelaku usaha. Pada perjanjian yang dilarang paling tidak terdapat dua pihak pelaku usaha, dikarenakan suatu perjanjian mengehdaki sedikitnya dua subjek hukum, sedangkan dalam kegiatan yang dilarang tidak tertutup untuk dilakukan hanya oleh satu pelaku usaha.³⁴

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat juga mengatur tentang terbentuknya Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau bisa disingkat dengan KPPU sebagai Lembaga yang bertugas mengawasi pelaksanaan undang-undang ini, dan bertanggung jawab langsung kepada presiden.³⁵ Meskipun demikian, KPPU tetap terbebas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah, sehingga kewajiban memberikan laporan semata-mata untuk pelaksanaan prinsip yang baik. Dan berdsasarkan Pasal 35 huruf g UU No. 5 Tahun 1999, KPPU memiliki kewajiban untuk memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

Pada kenyataan yang terjadi, kondisi usaha banyak diisi oleh perilaku pelaku usaha yang tidak sehat. Pelaku usaha banyak melakukan kegiatan usaha tidak sehat, pelaku usaha berlomba-lomba untuk memperoleh keleluasaan untuk mengendalikan harga dan juga faktor-faktor lain yang dapat menentukan transaksi usaha. Untuk mendapatkan keleluasaan tersebut sebagian para pelaku usaha

³⁴ Rumadi Ahmad, dkk. *Fikih Persaingan Usaha*, (Jakarta: Lakpesdam PBNU, 2019), halaman 23.

³⁵ Ibid.

melakukan tindakan-tindakan yang berpotensi merugikan para pesaingnya, seperti melakukan pembatasan pasar (*market restriction*), membuat rintangan perdagangan (*barrier to entry*) masuk pasar, mengadakan kesepakatan kolusif (*collusive agreements*) untuk mengatur harga, membatasi *output*, mengatur pasar, dan menjalankan praktik anti persaingan lainnya.³⁶

Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, menjelaskan bahwa persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Persaingan usaha tidak sehat juga dapat diartikan sebagai kondisi di mana persaingan yang terjadi di antara pelaku usaha berjalan secara tidak wajar. Persaingan usaha tidak sehat dalam kenyataannya dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum, implikasinya akan menghambat persaingan usaha secara sehat.³⁷

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memberikan tiga indikator untuk menyatakan terjadinya persaingan usaha tidak sehat, yaitu:

1. Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur;
2. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum;
3. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan di antara pelaku usaha.³⁸

³⁶ Firda Juliana & Muhammad Luthfi Radian, Op. Cit

³⁷ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), halaman 35.

³⁸ Ibid, halaman 17.

Salah satu bentuk persaingan usaha tidak sehat adalah dilakukannya kegiatan jual rugi. Jual rugi adalah suatu kondisi di mana suatu pelaku usaha menetapkan harga jual dari barang dan atau jasa yang diproduksinya di bawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost*).³⁹

Jual rugi (*predatory pricing*) disebut di dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, disebutkan 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.

Jual rugi dapat dinyatakan ketika perusahaan yang memiliki posisi dominan atau kemampuan keuangan yang kuat (*deep pocket*) menjual produknya di bawah harga produksi dengan tujuan untuk memaksa pesaingnya keluar dari pasar. Setelah memenangkan persaingan, maka pelaku usaha tersebut akan menaikkan harga kembali di atas harga pasar dan berupaya mengembalikan kerugiannya dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli dikarenakan pesaingnya telah keluar dari pasar.⁴⁰ Namun jika pelaku usaha yang terindikasi melakukan praktik jual rugi tetapi tidak melakukan kenaikan harga dan pengurangan produksi di kemudian hari,

³⁹ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), halaman 160.

⁴⁰ Ibid.

maka hal tersebut tidak akan membuat pelaku usaha lain tersingkir dari pasar dan praktik tersebut tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.

Praktik jual rugi termasuk perbuatan melawan hukum, dikarenakan persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur dapat mematikan persaingan yang sebenarnya ataupun dapat merugikan pelaku usaha pesaing secara tidak wajar/tidak sehat dan juga dapat merugikan konsumen.⁴¹ Persaingan usaha yang dilakukan dengan melawan hukum juga dapat dilihat dari cara pelaku usaha dalam bersaing dengan pelaku usaha lainnya, yaitu dengan melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku atau peraturan-peraturan yang disepakati. Kondisi ini dapat dilihat pada pelaku usaha yang mendapatkan fasilitas khusus sehingga menjadikan pasar bersaing secara tidak kompetitif.⁴²

Pelaku usaha dilarang melakukan praktik jual rugi sebagaimana telah diatur dalam Pasal 7 dan 8 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang secara tegas menyatakan bahwa:

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Tidak hanya itu, pelaku usaha juga dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang membuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

⁴¹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia: dengan Pembahasan atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2006), halaman 222-223.

⁴² Mustafa Kamal Rokan, *Op. Cit*, halaman 17-18.

Penetapan harga yang dimaksud dalam Pasal 8 tersebut adalah pelaku usaha tidak dilarang untuk menetapkan suatu harga tetapi akan dilarang jika penetapan harga yang dilakukannya mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat seperti yang dimaksudkan pada Pasal 1 angka 6 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Isi Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) UU No. 5 Tahun 1999, diketahui bahwa terdapat beberapa unsur yang termasuk dalam praktik jual rugi, yaitu:⁴³

1. Unsur Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 5 UU No. 5 Tahun 1999 adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

2. Unsur Pemasokan

Pengertian memasok sebagaimana dimaksud dalam penjelasan Pasal 15 UU No. 5 Tahun 1999 adalah menyediakan pasokan, baik barang

⁴³ Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia, *Peraturan Komisi Pengawas Persaingan usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Jakarta: KPPU, 2011), halaman 8.

maupun jasa, dalam kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli, dan sewa guna (*leasing*).

3. Unsur Barang

Barang menurut Pasal 1 angka 16 UU No. 5 Tahun 1999 adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

4. Unsur Jasa

Jasa menurut pasal 1 angka 17 UU No. 5 Tahun 1999 adalah setiap layanna yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

5. Unsur Jual Rugi

Jual rugi adalah harga jual yang ditetapkan oleh pelaku usaha di bawah biaya yang dibahas dalam pedoman ini.

6. Unsur Harga yang Sangat Rendah

Harga yang sangat rendah adalah harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang tidak masuk akan rendahnya.

7. Dengan Maksud

Dengan maksud memiliki arti bahwa kegiatan tersebut dilakukan dengan suatu keinginan atau tujuan.

8. Unsur Menyingkirkan atau Mematikan

Menyingkirkan atau mematikan berarti mengeluarkan atau menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar bersangkutan atau menjadi tutup usahanya.

9. Unsur Usaha Pesaing

Usaha pesaing adalah usaha pelaku usaha lain dalam pasar bersangkutan yang sama.

10. Unsur Pasar

Berdasarkan Pasal 1 angka 9 UU No. 5 Tahun 1999, pasar adalah Lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.

11. Unsur Pasar Bersangkutan

Pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.

12. Unsur Praktek Monopoli

Praktek monopoli berdasarkan Pasal 1 angka 2 UU No. 5 Tahun 1999 adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

13. Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat menurut Pasal 1 angka 6 UU No. 5 Tahun 1999 adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Praktik jual rugi (*predatory pricing*) dilarang bukan dikarenakan menetapkan harga terlalu rendah terhadap barang atau jasa yang dijual sekarang, tetapi dikarenakan di masa yang akan datang pelaku usaha akan berusaha untuk mengurangi produksinya dan menaikkan harga.⁴⁴ Praktik jual rugi (*predatory pricing*) bisa terjadi apabila pelaku usaha yang lain lemah, dan terdapat halangan untuk masuk ke pasar baik pelaku usaha baru maupun bagi pelaku usaha yang dikalahkan. Praktik jual rugi tidak akan terjadi jika pelaku usaha yang menjual rugi tidak mengurangi produksinya dan juga tidak menaikkan harga.⁴⁵

Seiring perkembangan zaman dan juga teknologi yang juga ikut berkembang, persaingan usaha tidak hanya terjadi secara konvensional yang dilakukan secara tatap muka, kini hal tersebut dapat dilakukan secara daring melalui sosial media. Mekanisme pembayaran dan pengiriman juga mengalami perkembangan, pada awalnya hanya dilakukan secara tidak langsung melalui penggunaan jasa pihak ketiga, kini mulai mengarah pada pembayaran secara

⁴⁴ R. Sheyam Khemani, *A Framework for the Design and Implementation of Competition Law and Policy*, (World Bank and OECD, 1998), halaman 77-78.

⁴⁵ Peter C. Carstensen, *Predatory Pricing in the Courts*, Reflection on Two Decision, Volume 928 Nomor 61, halaman 2.

langsung antara para pihak dengan pengguna uang elektronik (*digital cash/e-money*). Pola transaksi kini telah mengarah menjadi *one-stop shopping*, di mana kesepakatan transaksi adalah mencakup arus informasi, arus uang, dan arus barang.⁴⁶

Electronic Commerce atau biasa disingkat dengan *e-commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, *service provider*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer, yaitu internet.⁴⁷ Sederhananya *e-commerce* dapat diartikan sebagai sebuah transaksi perdagangan atau jual beli yang dilakukan secara *online* atau daring dengan menggunakan jaringan internet.

Terdapat berbagai definisi yang dipergunakan oleh berbagai klangan mengenai *e-commerce*, namun terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut, di mana *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:⁴⁸

1. Adanya transaksi antara dua belah pihak;
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan
3. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

E-commerce merupakan sebuah perdagangan yang dilakukan melalui sarana elektronik, *e-commerce* diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan

⁴⁶ Edmon Makarim, *Kerangka Kebijakan dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) di Indonesia*, Jurnal Hukum dan Pembangunan, Volume 44, Nomor 3, Tahun 2013, halaman 293.

⁴⁷ Sultan Remy Sjahdeini, *E-Commerce Tinjauan dari Perspektif Hukum*, Jurnal Hukum Bisnis, Volume 12, Tahun 2001, halaman 16.

⁴⁸ Richardus, *Electronic Commerce Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta: Aptikom, 2002), halaman 9.

Transaksi Elektronik yang sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019.

Berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Elektronik, transaksi elektronik (*e-commerce*) adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Dan pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa dalam melakukan transaksi elektronik harus berdasarkan pada asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, itikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.

Pada era Covid-19, penggunaan transaksi *e-commerce* mengalami peningkatan, Bank Indonesia melaporkan transaksi *e-commerce* di Indonesia selama masa pandemi mengalami peningkatan sebesar Rp. 429 Triliun di tahun 2020. Pada tahun 2019 *e-commerce* telah mendorong Indonesia menjadi negara dengan nilai ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara hingga \$40 miliar bahkan pada tahun 2025 nilai tersebut dipresisikan meningkat menjadi \$130 miliar.⁴⁹

⁴⁹ Mohammad Orinaldi, *Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Resilensi Bisnis di Era Pandemi*, Jurnal Ekonomi Syariah Iltizam, Volume 5 Nomor 2, Tahun 2020, halaman 41.

Transaksi *e-commerce* yang kian semakin berkembang pesat di Indonesia menimbulkan masalah serius pada pasar tradisional dan usaha kecil.

Bagi konsumen, *e-commerce* memberikan kemudahan untuk tidak perlu secara langsung mendatangi toko *offline*, sehingga tidak memerlukan biaya operasional cukup banyak untuk sekedar berbelanja. Keberadaan *e-commerce* lebih dapat menghemat waktu konsumen dengan beralih ke *online shopping*. *E-commerce* juga memfasilitasi komunikasi bagi konsumen kepada penjual secara *online* untuk menanyakan seputar produk yang dijual.⁵⁰

Transaksi melalui *e-commerce* memiliki beberapa keuntungan, antara lain:⁵¹

1. Transaksi dagang menjadi lebih efektif dan cepat;
2. Transaksi dagang menjadi lebih efisien, produktif dan bersaing;
3. Lebih memberi kecepatan dan ketepatan kepada konsumen;
4. Mengurangi biaya administratif;
5. Memperkecil masalah-masalah sebagai akibat perbedaan budaya, bahasa dan praktik perdagangan;
6. Meningkatkan pendistribusian logistik;
7. Memungkinkan perusahaan-perusahaan kecil untuk menjual produknya secara global.

Selain memiliki beberapa keuntungan, *e-commerce* juga memiliki beberapa sisi negatif yang suatu waktu dapat merugikan, yaitu:

1. Pencurian informasi rahasia yang berharga;
2. Kehilangan kesempatan bisnis dikarenakan adanya gangguan layanan;
3. Penggunaan akses ke berbagai sumber oleh pihak yang tidak berhak.

⁵⁰ Sudaryono, dkk, *E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline*, Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jumanis), Volume 2 Nomor 1, Tahun 2020, halaman

⁵¹ Abdul Halim Barkatulla, *Hukum Transaksi Elektronik*, (Bandung: Nusamedia, 2017), halaman 26.

E-commerce yang hadir dalam perdagangan menimbulkan persaingan usaha dengan model baru yang lebih kompleks. Persaingan usaha tidak sehat tidak hanya berlaku di pasar konvensional, namun juga di *e-commerce*, salah satunya adalah melalui Tiktok. Pada 17 April 2021, Tiktok Indonesia secara resmi memperkenalkan platform baru yang bernama Tiktok Shop. Tiktok Shop menyajikan fitur di mana pelaku usaha dapat berjualan secara langsung melalui aplikasi Tiktok tanpa harus memerlukan aplikasi yang terpisah. Melalui Tiktok Shop, pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya dengan membagikan konten video pendek yang berisikan tentang produknya, dan juga bisa dengan memanfaatkan fitur yang terdapat di Tiktok, yaitu fitur *live shopping* yang dilakukan dari akun Tiktok bisnisnya. Fenomena ini menyebabkan terjadinya lonjakan penjual dan pembeli di platform ini, yang secara efektif menggabungkan dunia media sosial dan *e-commerce*.⁵²

Tiktok sebagai platform *social commerce* yang menggabungkan fungsi jejaring sosial sekaligus *e-commerce* mendapat berbagai macam respons dari masyarakat Indonesia, tidak hanya respons positif yang didapatkan, respons negatif juga dihadapi oleh Tiktok ketika meluncurkan fitur Tiktok Shop, hal ini dikarenakan masyarakat menganggap Tiktok menyediakan dwifungsi atas fitur yang dikeluarkan, kini Tiktok tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi video pendek, namun juga dapat memasarkan produk. Masyarakat juga menganggap bahwa Tiktok Shop menjadi tempat berbahaya bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil

⁵² L. N. S., & Annuar S. N. S., *The Adaptation of Sosial Media Marketing Activities in E-Commerce: TikTok Shop*, Information Management and Bussiness Review, Volume 15, Nomor 1, halaman 176-183.

dan Menengah) dan pedagang pasar *offline* akibat Tiktok Shop menerapkan harga yang sangat murah.

Diketahui bahwa sering kali pelaku usaha di *e-commerce* Tiktok melakukan promosi, yang mana promosi yang ditawarkan sangat menggugah peminat pembeli, promosi yang ditawarkan seperti promosi uang kembali (*cashback*), promosi potongan harga secara *abnormal* pada waktu tertentu, dan juga terdapat promo gratis ongkos kirim ke seluruh daerah Indonesia. Selain itu terkadang juga didapati penjualan produk dengan harga yang sangat rendah atau bisa dikatakan jual rugi. Hal ini dapat disinyalir sebagai suatu praktik jual rugi yang dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dalam sistem perdagangan.

E-commerce menyediakan produk berupa barang atau pun jasa, tidak terkecuali pada Tiktok Shop. Tiktok Shop juga menawarkan barang berupa telepon seluler, baik telepon seluler yang masih menggunakan layar hitam putih yang mana dikeluarkan pada zaman dahulu maupun ponsel pintar (*smartphone*) yang sekarang ini banyak digunakan oleh setiap orang. Penjualan *smartphone* melalui Tiktok Shop tidak luput dari kegiatan jual rugi yang dilakukan oleh penjual yang menjualkan produknya.

Permintaan akan ponsel pintar (*smartphone*) yang semakin meningkat membuat pelaku usaha *smartphone* pun semakin ramai, karena hal tersebut pelaku usaha *smartphone* tersebut saling bersaing demi merebut hati konsumen dengan melakukan berbagai cara, seperti menawarkan produk dengan potongan harga, pemberian bonus setiap pembelian produk, hingga penawaran produk dengan

menggunakan sistem banting harga dalam promosi pemasarannya.⁵³ Pemberian potongan harga atau memberi bonus tambahan mungkin masih *fair* atau adil dalam penjualan *smartphone* tersebut, tetapi jika sudah menggunakan sistem banting harga atau jual rugi maka hal tersebut akan merusak harga pasaran yang ada sekaligus merugikan pelaku usaha pesaing, dan lama kelamaan juga akan merugikan pembeli.

Tidak terdapat regulasi yang mengatur tentang larangan jual rugi *smartphone* melalui sosial media secara spesifik, tetapi terdapat larangan melakukan praktik jual rugi barang atau jasa yang diatur dalam Pasal 7 dan 8 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Maka dari itu larangan praktik jual rugi *smartphone* melalui sosial media secara tidak langsung mengikuti pengaturan dalam Pasal 7 dan 8 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

B. Dampak Kegiatan Jual Rugi *Smartphone* Melalui Sosial Media Tiktok

Kegiatan jual rugi (*predatory pricing*) adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produknya dengan harga di bawah biaya produksi yang dikeluarkan. Tujuan utama pelaku usaha melakukan jual rugi (*predatory pricing*) adalah untuk menyingkirkan pelaku usaha yang bersaing dengannya dari pasar yang ada dan juga untuk mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaingnya untuk masuk ke pasar yang sama. Jika telah berhasil

⁵³ Gunawan Adisaputro, *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: YKPN, 2010), halaman 13.

membuat pelaku usaha pesaingnya keluar dari pasar dan mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing masuk ke pasar yang sama, maka pelaku usaha tersebut kembali menaikkan harga dan kemudian memaksimalkan keuntungan yang akan didapatkannya.

Praktik jual rugi (*predatory pricing*) atau jual di bawah harga pasar merupakan salah satu bentuk tindakan persaingan usaha tidak sehat yang dilarang dalam UU Nomor 5 Tahun 1999. Praktik jual rugi dijadikan sebagai strategi pelaku usaha agar mereka bisa mempertahankan posisinya sebagai monopolis atau dominan.⁵⁴

Untuk menyatakan pelaku usaha telah melakukan praktik jual rugi (*predatory pricing*) perlu dilakukan pengkajian berdasarkan Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999, oleh sebab itu perlu dipahami berbagai ciri pelaku usaha yang bertindak sebagai pelaku jual rugi, hal ini disebabkan oleh:

1. Selama menjalankan praktik jual rugi, pelaku usaha akan mengalami kerugian yang cukup besar. Kerugian yang ditanggung oleh pelaku usaha yang melakukan jual rugi akan jauh lebih besar dibandingkan dengan kerugian yang ditanggung oleh pelaku usaha pesaing dengan tingkat efisiensi yang sama. Hal ini disebabkan oleh keharusan pelaku usaha yang melakukan jual rugi untuk memenuhi seluruh kebutuhan pasar pada tingkat yang rendah pada saat diberlakukannya jual rugi,

⁵⁴ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), halaman 260.

sementara itu pelaku usaha pesaing dapat mengatur produksinya untuk meminimalisir kerugian yang ditanggungnya.

2. Apabila industri memungkinkan pelaku usaha pendatang baru dapat dengan mudah keluar masuk pasar, maka tidak akan terjadi praktik jual rugi. Pada saat diberlakukannya praktik jual rugi, pelaku usaha pesaing akan keluar dari pasar bersangkutan dan kemudian menginvestasikan asetnya pada industri lain. Kemudian pada saat pelaku usaha yang memberlakukan jual rugi kembali menaikkan harga, maka pelaku usaha pesaing akan masuk kembali ke pasar tersebut. Kondisi ini akan terus berlangsung sehingga tidak akan terjadi praktik jual rugi yang akan merugikan konsumen.
3. Tidak akan terjadi *sunk cost* juga tidak akan mensukseskan praktik jual rugi (*predatory pricing*). Dengan tidak adanya *sunk cost*, maka pelaku usaha yang melakukan jual rugi tidak mempunyai cara untuk menaikkan biaya pada pelaku usaha pesaing, sehingga pemberlakuan jual rugi tidak akan efektif. Pada kondisi ini praktik jual rugi hanya akan merugikan pelaku usaha jual rugi dikarenakan tidak mempunyai cara untuk menaikkan biaya pada pelakhu usaha pendatang.
4. Pelaku usaha yang akan melakukan praktik jual rugi tersebut biasanya merupakan suatu pelaku usaha yang berskala besar atau dominan di dalam pasar barang dan atau jasa tersebut. Hal ini dikarenakan hanya

pelaku usaha besar yang mampu mengatasi kerugian, sementara pelaku usaha kecil tidak akan mampu melakukannya.⁵⁵

Terdapat beberapa unsur yang harus diperhatikan sebelum menyatakan pelaku usaha melakukan praktik jual rugi, yaitu:

1. Harus dibuktikan bahwa perusahaan atau pelaku usaha tersebut menjual produknya dengan harga rugi (menjual di bawah biaya rata-rata). Jika perusahaan atau pelaku usaha menjual dengan harga rendah namun tidak merugi, maka perusahaan atau pelaku usaha tersebut bersaing secara sehat. Perusahaan atau pelaku usaha tersebut dapat menjual dengan harga rendah dikarenakan jauh lebih efisien dibanding pesaing-pesaingnya.
2. Jika Perusahaan atau pelaku usaha terbukti menjual dengan harga rugi, maka harus dibuktikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang memungkinkan untuk menjual rugi, dikarenakan adakalanya perusahaan atau pelaku usaha melakukan jual rugi untuk menghindari potensi kerugian yang lebih besar atau untuk sekadar mendapatkan dana untuk keluar dari pasar.
3. Telah ditunjukkan bahwa perusahaan atau pelaku usaha hanya akan menerapkan jual rugi (*predatory pricing*) jika perusahaan atau pelaku usaha tersebut yakin akan dapat menutup kerugian di tahap awal dengan

⁵⁵ Ibid.

menerapkan harga yang sangat tinggi (*supra competitive*) di tahap berikutnya.⁵⁶

Wujud penguasaan pasar dapat terjadi dalam bentuk penjualan barang dan atau jasa dengan cara:⁵⁷

1. Jual rugi (*predatory pricing*) dengan maksud untuk mematikan pesaingnya;
2. Melalui praktik penetapan biaya produksi secara curang serta biaya lainnya yang menjadi komponen harga barang;
3. Melakukan perang harga maupun persaingan harga.

Praktik jual rugi merupakan praktik monopoli, yang mana praktik monopoli telah didefinisikan dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Praktik monopoli merupakan pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

Penjelasan mengenai praktik monopoli berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tersebut belum menjelaskan secara riil bentuk-bentuk perilaku penyalahgunaan posisi monopoli yang dapat digolongkan sebagai

⁵⁶ Andi Fahmi Lubis, *dkk, Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017), halaman 189.

⁵⁷ *Ibid.*

praktik monopoli. Secara teoritis, penyalahgunaan posisi monopoli merupakan perilaku yang di dalamnya mengandung unsur:⁵⁸

1. Pencegahan, pembatasan, penurunan persaingan

Unsur ini merupakan upaya perusahaan monopoli untuk mengurangi atau meniadakan tekanan persaingan. Perilaku ini pada dasarnya adalah perilaku eksklusif (*exclusive conduct*), di mana perusahaan monopoli melakukan strategi untuk mengusir pesaing nyata (*existing competitor*) keluar dari pasar atau mencegah pesaing potensial masuk ke dalam pasar. Dengan hilangnya tekanan persaingan di pasar, maka perusahaan monopoli dapat mengeksploitasi mitra transaksi untuk meningkatkan keuntungannya, terutama eksploitasi yang dilakukan terhadap konsumen.

2. Eksploitasi.

Unsur ini dilakukan dengan cara menerapkan harga jual yang tinggi, melalui pembatasan jumlah produksi atau melalui penurunan kualitas/pelayanan barang atau jasa yang dipasok.

Berdasarkan dua definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku praktik monopoli dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu:

1. Perilaku yang memiliki dampak negatif langsung kepada pesaing nyata maupun pesaing potensial; dan

⁵⁸ Ibid.

2. Perilaku yang memiliki dampak negatif langsung kepada mitra transaksi.⁵⁹

Transaksi di *e-commerce* semakin meningkat seiring berjalannya waktu, hal ini dipandang sebagai fenomena yang menguntungkan bagi pelaku usaha yang melakukan penjualan melalui internet, namun bagi pelaku usaha lokal yang menjual barangnya secara *offline* di toko-toko dapat terancam rugi dikarenakan mereka dikalahkan oleh perdagangan *online* dalam persaingan bisnis. Ini dikarenakan perdagangan *online* lebih menguntungkan dari segi jangkauan pemasaran dan kemudahan dalam bertransaksi. Selain itu, pelaku usaha di *e-commerce* akan selalu berkompetisi untuk menawarkan harga yang kompetitif agar membuat konsumen tertarik untuk membeli barang yang dijual.

Praktik, pemakaian dan pemanfaatan *e-commerce* memiliki jaringan yang luas dan mendunia sehingga setiap orang dapat dengan mudah mengaksesnya setiap saat tanpa adanya kontak fisik antara pelaku usaha dengan konsumen. Pelaku usaha dan konsumen dapat mengatasi jarak secara fisik dikarenakan proses penjualan dan tawar-menawar dilakukan melalui *online*. Layanan *e-commerce* memberikan banyak sekali manfaat kepada pengguna internet, baik untuk pelaku usaha maupun konsumen. Pelaku usaha dapat dengan mudah menawarkan produk kepada konsumen hanya dengan melalui layanan *e-commerce* untuk memasukkan data dan informasi produk, harga produk, foto produk, kontak yang dapat dihubungi, dan lokasi pelaku usaha. Pelaku usaha tidak memerlukan biaya untuk menggunakan layanan *e-commerce* sehingga pelaku usaha dapat meminimalkan biaya pemasaran,

⁵⁹ Ibid.

dimana pelaku usaha hanya melakukan penawaran secara *online* tanpa perlu mencetak selebaran, brosur, dan sebagainya. Adanya *e-commerce* memberikan keuntungan kepada pelaku usaha, yaitu:

1. Memperluas pasar
2. Biaya terkendali
3. Efisien
4. *Cash flow* terjamin

Selain menguntungkan bagi pelaku usaha, *e-commerce* juga menguntungkan untuk konsumen, dikarenakan konsumen dapat dengan mudah mencari barang atau jasa yang dibutuhkan melalui komputer atau gawai dan juga koneksi internet. Keuntungan dari *e-commerce* bagi konsumen antara lain:

1. Efektif
2. Efisien
3. Fleksibel

Umumnya, keuntungan dari *e-commerce* adalah terciptanya peluang bagi pelaku usaha untuk memasuki pasar sehingga akan mengurangi hambatan masuk pasar (*entry barrier*). Dikarenakan kemudahan akan memasuki pasar tersebut, maka akan tercipta kompetisi yang sehat antar pelaku usaha sehingga konsumen dapat memilih dan menikmati produk barang dan/atau jasa dengan harga yang kompetitif sehingga akan tercipta pasar yang kondusif. Yang dimaksud dengan hambatan masuk pasar (*entry barrier*) adalah keadaan dimana tidak ada perusahaan lain yang mampu menembus pasar monopoli untuk suatu produk yang sejenis sehingga pada saat perusahaan kecil yang tidak mampu masuk ke pasar monopoli akan mengalami kesulitan untuk dapat berkembang secara wajar dan pada akhirnya akan bangkrut.⁶⁰

⁶⁰ Ahmad Yani dan Gunawan Wijaya, *Anti Monopoli*, (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 1998), halaman 30.

Entry barrier dapat terjadi apabila posisi suatu pelaku usaha yang sebelumnya telah memiliki kekuatan atas pasar (posisi dominan) menghalangi para pelaku usaha baru untuk masuk ke pasar (*barriers to entry*). *Entry barrier* merupakan karakteristik utama pasar monopoli, karena tanpa adanya hambatan tersebut, maka pada akhirnya akan terdapat beberapa perusahaan yang masuk ke dalam industri yang sama.

Selain memberikan manfaat yang besar bagi pelaku usaha dan konsumen, perkembangan industri *e-commerce* juga menimbulkan kerugian, salah satunya adalah terjadinya *predatory pricing*. Istilah *predatory pricing* atau biasa disebut jual rugi sering ditemukan dalam pemberitaan atau postingan media sosial ketika membahas tentang bisnis *e-commerce*. Salah satu platform yang sering dijumpai melakukan kegiatan jual rugi adalah Tiktok yang dilakukan melalui fitur Tiktok Shop. Sejak April 2021 Tiktok meluncurkan fitur Tiktok Shop, hal ini membuat penjualan di Tiktok Shop berkembang pesat di Indonesia dengan menjual segala kebutuhan, mulai dari kebutuhan sekunder hingga tersier. Penjualan produk di Tiktok Shop yang berjalan dengan lancar dikarenakan beberapa hal, antara lain yaitu adanya voucher dan diskon pengiriman gratis ke seluruh Indonesia, dan juga dikarenakan Tiktok melakukan kegiatan jual rugi.

Jika diberlakukannya jual rugi dalam jangka pendek, maka hal tersebut sangat menguntungkan konsumen, namun konsekuensinya adalah dapat menyingkirkan pesaing dari pasar yang telah ada dan juga menghambat pesaing baru. Pelaku usaha yang melakukan jual rugi berstrategi dapat menaikkan harga dengan cara signifikan. Harga yang ditetapkan setelah menyingkirkan pesaingnya

adalah harga yang diperhitungkan untuk menutupi kerugian yang disebabkan oleh jual rugi, hal ini dapat merugikan konsumen.

Meskipun ditetapkan harga yang rendah selama jual rugi dapat menguntungkan konsumen, namun keuntungan tersebut hanya terjadi dalam beberapa waktu saja, dikarenakan setelahnya konsumen akan dihadapkan dengan pelaku usaha yang melakukan kenaikan harga yang sangat tinggi, di mana pelaku usaha pesaing sudah keluar dari pasar dan pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing tidak dapat masuk ke dalam pasar yang sama, oleh karena itu konsumen tidak bisa memilih selain membeli barang atau jasa yang ditawarkan dengan harga yang tinggi.

Strategi penetapan harga yang sangat rendah yang termasuk *limit pricing strategy* diidentifikasi dengan keinginan pelaku usaha monopolis atau dominan untuk melindungi posisinya dengan cara melakukan pemotongan harga secara substansial atau melakukan peningkatan produksi secara signifikan.⁶¹ Nyatanya dalam menjalankan praktik jual rugi, pelaku usaha mengalami kerugian cukup besar dikarenakan harga yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan dengan biaya produksi kecuali pelaku usaha memiliki kepentingan atau taktik atau strategi, maka dari itu kemudian pelaku usaha berangsur-angsur menaikkan harga ketika sudah tidak memiliki pesaing di pasar.

Praktik jual rugi yang bertentangan dengan hukum biasanya diindikasikan bukan hanya sekadar menjual dengan harga rendah saja, namun karena di masa

⁶¹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), halaman 175.

yang akan datang pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi akan mengurangi produksinya dan menaikkan harga yang tinggi.⁶²

Pada umumnya praktik jual rugi memiliki 5 (lima) tujuan utama, antara lain:

1. Mematikan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkutan yang sama;
2. Membatasi pesaing dengan memberlakukan harga jual rugi sebagai *entry barrier*;
3. Memperoleh keuntungan besar di masa mendatang;
4. Mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu; dan
5. Merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi pemasaran.⁶³

Pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi seperti yang diuraikan di atas, maka paling sedikit terdapat 3 tujuan pertama yang akan dicapainya sekaligus. Untuk tujuan yang keempat biasanya dilakukan oleh para pelaku usaha yang melakukan cuci gudang untuk mengurangi kerugian lebih besar apabila persediaan barang yang ada tidak dapat dijual atau menghabiskan persediaan barang yang telah *out of date* atau mendekati kadaluwarsa. Selain itu juga sangat penting untuk memberikan kriteria yang jelas mengenai jenis komponen yang termasuk ke dalam *fixed cost* dan jenis komponen yang jelas termasuk ke dalam *variable cost*, meskipun definisi secara ekonomi cukup jelas.⁶⁴

⁶² Fitri dan Sri jaya Lesmana, *Indikasi Predatory Pricing Pda Paraktek Flash Sale Pelaku Usaha E-Commerce dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha*, Supremasi Hukum, Volume 17 Nomor 2, Tahun 2021, halaman 48-53.

⁶³ Andi Fahmi Lubis, dkk., *Op. Cit*, halaman 193.

⁶⁴ *Ibid*.

Dampak jual rugi yang dapat dirasakan secara langsung adalah terjadinya hancurnya bisnis dalam jangka waktu yang singkat bagi pelaku usaha pesaing dan dalam jangka waktu yang lama bagi pelaku usaha yang melakukan jual rugi itu sendiri, jual rugi juga dapat memberikan dampak kepada pembeli, dikarenakan jual rugi dilakukan dalam beberapa waktu saja, setelahnya konsumen akan dihadapkan dengan pelaku usaha yang melakukan kenaikan harga yang sangat tinggi, di mana pelaku usaha pesaing sudah keluar dari pasar dan pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing tidak dapat masuk ke dalam pasar yang sama, oleh karena itu konsumen tidak bisa memilih selain membeli barang atau jasa yang ditawarkan dengan harga yang tinggi.

Terkait hal jual rugi smartphone yang dijual melalui sosial media Tiktok, dampak yang terjadi adalah semakin berlombanya pelaku usaha smartphone yang berjualan di Tiktok untuk saling menjatuhkan harga, hal ini berdampak buruk bagi perekonomian, dikarenakan harga yang ditawarkan tidak masuk akal, sangat di bawah standar, oleh karena itu tidak sedikit juga pelaku usaha yang gulung tikar dikarenakan tidak sanggup untuk mengikuti jual rugi.

C. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Atas Praktik Jual Rugi *Smartphone* Melalui Sosial Media

Pemberlakuan praktik jual rugi dalam persaingan usaha merupakan suatu perilaku pelaku usaha yang umumnya memiliki posisi dominan di pasar yang menetapkan harga yang dapat merugikan secara ekonomi dalam jangka waktu yang panjang.

Setiap perbuatan yang dilakukan pasti akan dimintai pertanggungjawaban atasnya, tidak terkecuali pada perbuatan jual rugi *smartphone* yang dilakukan melalui sosial media. Jual rugi tertera pada Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli 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 praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pertanggungjawaban atau tanggung jawab adalah keadaan di mana wajib menanggung segala sesuatu sehingga kewajiban menanggung, memikul jawab, menanggung segala sesuatunya atau memberikan jawab dan menanggung akibatnya. Menurut hukum, tanggung jawab merupakan suatu akibat atas konsekuensi kebebasan seseorang tentang perbuatannya yang berkaitan dengan etika atau moral dalam melakukan suatu perbuatan.

Pada dasarnya hukum dapat digunakan untuk melindungi masyarakat. Hukum selama ini belum ditempatkan pada posisi yang sentral, yang berarti hukum harus berfungsi sebagai alat untuk menyelesaikan konflik yang terjadi di dalam masyarakat secara teratur.⁶⁵

⁶⁵ Moh Hatta, *Hukum Pidana dan Kegiatan Perekonomian (Titik Singgung Perkara Pidana dengan Perkara Perdata dan Tindak Pidana Ekonomi)*, (Yogyakarta: Clapulis, 2016), halaman 4.

Pada saat ini pengaturan mengenai *e-commerce* di Indonesia masih terbatas. Salah satu pengaturan mengenai *e-commerce* di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Internet. Namun mengenai hukum persaingan usaha secara *online* belum diatur secara khusus di Indonesia, tidak sama halnya dengan negara-negara maju, masalah *e-commerce* sudah sangat laim terjadi dan sudah terdapat perangkat pengaturan hukum yang hukum. Seperti di Amerika Serikat yang merupakan negara pertama yang mengatur masalah *e-commerce* pada tahun 1997, pada saat itu mengenalkan prinsip pelaksanaan *e-commerce* yang kemudian dikembangkan menjadi kerangka hukum *e-commerce*, yaitu UNCITRAL (*United Nation Commission on International Trade Law*) yang kemudian menjadi standar regulasi *e-commerce* di dunia. Selain UNCITRAL, juga terdapat UCC (*Uniform Commercial Code*) dan *intellectual Property Right Protection* ⁶⁶

Sementara itu di Eropa, perkembangan usaha dimulai dengan adanya *European Union* (EU) yang beranggotakan 27 (dua puluh tujuh) negara yang bersama-sama membentuk integrasi ekonomi yang disebut *European Atomic Energy Community* (EURATOM) dan *Economic European Community* (EEC). Tujuan pembentukan *European Union* adalah untuk menciptakan pasar bebas. Dalam pasar bebas tersebut, semua sumber ekonomi harus bergerak bebas, tidak ada hambatan oleh batasan negara.⁶⁷

⁶⁶ Melisa Setiawan Hotana, *Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha*, Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune, Volume 1 Nomor 1, Tahun 2018, halaman 36.

⁶⁷ Ibid.

Korea Selatan sendiri memiliki Undang-Undang Nomor 3320 yang dinamai *The Regulation of Monopolies and FairTrade Act* yang diberlakukan mulai tanggal 1 April 1981 yang mana mengatur mengenai hukum persaingan usaha. Selain itu, Korea Selatan juga mengatur *e-commerce* secara komprehensif dengan mengeluarkan 23 (dua puluh tiga) regulasi terkait *e-commerce*, di antaranya adalah perlindungan konsumen pada transaksi elektronik, transaksi finansial secara elektronik, promosi industri game, industri musik, industri perangkat lunak (*software*), pengembangan industri *e-learning*, perlindungan privasi lokasi, tanda tangan digital, dan *e-government*.⁶⁸

Berkegiatan usaha di Indonesia mengharuskan pelaku usaha untuk berusaha berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Maka dari itu, sesuai dengan tujuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yaitu:

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil.

⁶⁸ Ibid.

3. Mencegah praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha.
4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Praktik jual rugi yang dilakukan dalam persaingan usaha merupakan suatu perilaku pelaku usaha yang umumnya memiliki posisi dominan di pasar atau yang menetapkan harga yang merugikan secara ekonomi selama suatu jangka waktu yang cukup panjang. Strategi ini dapat mengakibatkan pesaing dari pelaku usaha tersebut tersingkir dari pasar bersangkutan dan atau menghambat pelaku usaha lain untuk masuk ke pasar. Pada jangka pendek, jual rugi dapat menguntungkan konsumen, namun setelah berhasil menyingkirkan pesaing dari pasar dan menghambat calon pesaing baru, pelaku usaha dominan tersebut berharap dapat menaikkan harga secara signifikan. Umumnya harga yang ditetapkan untuk menutupi kerugian yang diperoleh akibat jual rugi tersebut merupakan harga monopoli (yang lebih tinggi) sehingga dapat merugikan konsumen. Praktik ini merupakan upaya untuk memaksimalkan keuntungan dan menutupi kerugian yang ditimbulkan ketika melakukan praktik jual rugi.⁶⁹

Setiap kegiatan usaha akan menjadi objek pengawasan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dan akan dilakukan penindakan jika terdapat pelaku usaha yang melakukan persaingan usaha tidak sehat, hal ini juga berlaku untuk pelaku usaha yang menjual produknya melalui *e-commerce*.

⁶⁹ I DW GD Riski Mada dan A.A. Sri Indrawati, *Praktik Jual Rugi (Predatory Pricing) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha*, Jurnal Hukum, Vol. 2 No. 2, Tahun 2017, halaman 3.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) adalah lembaga penegak hukum dalam bidang persaingan usaha, dan status yang diberikan kepada KPPU adalah sebagai pengawas pelaksanaan Undang-Undang Persaingan Usaha. KPPU adalah manifestasi implementasi daripada Undang-Undang Persaingan Usaha yang mengamanatkan untuk dibentuknya suatu Lembaga untuk menegakkan Undang-Undang Persaingan Usaha sebagaimana tercantum pada Pasal 30 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang berbunyi: untuk mengawasi pelaksanaan Undang-Undang ini dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang selanjutnya disebut Komisi.⁷⁰

KPPU dibentuk sebagai lembaga khusus yang diberikan tugas dan kewenangan untuk menciptakan dan melahirkan sebuah suasana damai dan tertib dalam penyelenggaraan usaha dan menimbulkan sebuah persaingan usaha yang teratur dan kondusif. Pembentukan KPPU bertujuan untuk menindaklanjuti dan mencegah adanya persaingan usaha tidak sehat serta melahirkan suatu gagasan persaingan usaha yang aman dan damai di dalam negeri. KPPU berstatus sebagai pengawas pelaksanaan Undang-Undang Persaingan Usaha dan merupakan lembaga quasi independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lainnya serta bertanggung jawab kepada Presiden.⁷¹ Selain KPPU, Pengadilan

⁷⁰ Alston Chandra dan Sari Murti Widiyastuti Y, *Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Mendorong Iklim Persaingan Usaha Yang Sehat di Sektor Perunggasan*, *Justitia Et Pax*, Volume 33 Nomor 1, halaman 6.

⁷¹ *Ibid.*

Negeri (PN) dan Mahkamah Agung (MA) diberikan kewenangan untuk menyelesaikan perkara yang mengandung sebuah unsur usaha yang dilarang.

KPPU merupakan lembaga khusus yang mempunyai tugas ganda, selain menciptakan ketertiban dalam persaingan usaha, KPPU juga memiliki peran untuk menciptakan dan memelihara iklim persaingan usaha yang kondusif. Tugas KPPU tertuang dalam Pasal 35 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, antara lain:

1. Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16;
2. Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24;
3. Melakukan penilaian terhadap ada atau tidaknya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28;
4. Mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36;
5. Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;

6. Menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-Undang ini;
7. Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Tugas KPPU sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang tersebut memberikan kewenangan kepada KPPU untuk mengawasi setiap kegiatan usaha, termasuk usaha dengan platform digital. Dalam konteks bisnis digital, KPPU memiliki Deputi Pencegahan yang memiliki tugas mengawasi bisnis platform digital dengan mengawasi terjadinya pelaku diskriminasi.

KPPU juga berperan dalam melindungi seluruh pelaku ekonomi agar tetap berada dalam jalur persaingan usaha yang sehat dan adil. Dari aspek kebijakan KPPU juga memiliki kewenangan untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah mengenai kebijakan maupun pembentukan peraturan perundang-undangan tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, khususnya dalam sektor ekonomi digital. KPPU dalam kapasitasnya sebagai Lembaga independent juga bertindak sebagai penengaj dalam mengawasi jalannya bisnis dan persaingan usaha dalam ekonomi digital.⁷²

Maka dari itu, KPPU berwenang dalam melaksanakan penelitian dan penyelidikan serta memutuskan apakah terjadi pelanggaran pelaku usaha sesuai dengan ketentuan aturan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Apabila dalam

⁷² Basri Efendi, *Pengawasan dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan usaha Tidak Sehat*, Jurnal Syiah Kuala, Vol. 4 No. 1, Tahun 2020, halaman 27.

proses pemutusan pelanggaran adanya keberatan oleh pelaku usaha terhadap keputusan yang diberikan oleh KPPU maka akan diberikan sebuah kesempatan dengan pemberian tengat waktu selama 14 hari setelah pelaku bisnis mendapatkan pemberitahuan putusan dan dapat segera melakukan pengajuan keberatan ke Pengadilan Negeri. Apabila penyelenggara atau pelaku usaha tidak melaksanakan keputusan KPPU sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan, maka KPPU dapat memberikan putusan tersebut kepada pihak yang berwajib, yaitu kepada Penyidik untuk dilaksanakannya penyidikan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 44 ayat (4) dan (5) Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.⁷³

Kewenangan KPPU dalam menyelesaikan suatu perkara persaingan usaha diharuskan berpedoman kepada Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Berdasarkan aturan tersebut dinyatakan dengan jelas bahwa sumber perkara KPPU bersumber dari laporan dan inisiatif KPPU sendiri.

Untuk sumber perkara yang berasal dari laporan, maka diperlukan tahapan awal, yaitu adanya pelaporan dari pihak atau orang yang mengetahui bahwa telah terjadi suatu pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap Undang-

⁷³ Ni Komang Sri Adnyani, *Peran Komisi Pengawas Persaingan usaha Berkaitan dengan Predatory Pricing dalam Bisnis Layanan Online Food Delivery*, Jurnal Kertha Semaya, Volume 11 Nomor 2, Tahun 2023, halaman 406-407.

Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang mana laporan tersebut ditujukan kepada Ketua Komisi melalui Kantor Pusat Komisi, Kantor Perwalian Komisi di daerah atau pelaporan dilakukan secara daring dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dan kemudian laporan tersebut ditandatangani oleh Pelapor. Laporan yang dibuat oleh Pelapor dibuat dalam bentuk tertulis dengan ketentuan paling sedikit harus berisikan identitas Pelapor dan terlapor, uraian secara jelas mengenai dugaan pelanggaran terhadap undang-undang, dan alat bukti dugaan pelanggaran. Kemudian laporan tersebut berdasarkan Pasal 6 angka 4 dapat dilanjutkan ke tahap penyelidikan apabila telah memenuhi persyaratan seperti kelengkapan administrasi laporan, kejelasan dugaan pasal undang-undang yang dilanggar, kesesuaian kompetensi absolut Komisi, dan terdapat sekurang-kurangnya 1 (satu) alat bukti.⁷⁴

Selain adanya pelaporan, KPPU dalam mencari suatu pelanggaran terkait persaingan usaha juga dapat dilakukan dengan inisiatif dari KPPU sendiri, sebagaimana dijelaskan dalam pasal 10 ayat (3) Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pelanggaran terkait persaingan usaha yang ditemukan oleh inisiatif KPPU sendiri diperoleh dari data dan informasi yang bersumber dari hasil kajian, temuan dalam proses pemeriksaan, hasil rapat dengan pendapat yang dilakukan oleh Komisi, laporan yang tidak lengkap, berita di media dan/atau data atau informasi lain yang dapat

⁷⁴ Adinda Suci Rahayu dan Suherman, *Analisis Dugaan Praktek Jual Rugi Produk Impor Melalui Situs E-Commerce Shopee*, Jurnal Uneslaw Review, Volume 4 Nomor 4, Tahun 2022, halaman 443.

dipertanggungjawabkan. Pada Pasal 14 dijelaskan bahwa laporan hasil penelitian inisiatif tersebut dapat dilanjutkan ke tahap penelitian jika dapat memenuhi beberapa persyaratan, yaitu kesesuaian kompetensi absolut Komisi; deskripsi data dan/atau informasi yang valid tentang dugaan pelanggaran undang-undang; kejelasan dugaan pasal undang-undang yang dilanggar; dan terdapat sekurang-kurangnya 1 (satu) alat bukti.⁷⁵

Pada konteks jual rugi smartphone melalui Tiktok, Indonesia belum memiliki pengaturan secara khusus terhadap hal tersebut, maka dari itu pengaturannya dianggap sama dengan pengaturan mengenai persaingan usaha tidak sehat, khususnya pada praktik jual rugi, yaitu berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Untuk penenaan sanksi atas praktik jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha diatur pada Pasal 47, Pasal 48 ayat (2), dan Pasal 49 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Pasal 47

- (1) Komisi berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.
- (2) Tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa:
 - a. Penetapan pembatalan perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 13, Pasal 15, dan Pasal 16 dan atau

⁷⁵ Ibid.

- b. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertikal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14; dan atau
- c. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktik monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat; dan atau
- d. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan; dan atau
- e. Penetapan pembatalan atau penggabungan atau peleburan badan usaha dan pengambilalihan saham sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28; dan atau
- f. Penetapan pembayaran ganti rugi; dan atau
- g. Pengenaan denda serendah-rendahnya Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah).

Pasal 48 ayat (2)

Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 5 sampai dengan Pasal 8, Pasal 15, Pasal 20 sampai dengan Pasal 24, dan Pasal 26 undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan.

Pasal 49

Dengan menunjuk ketentuan Pasal 10 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, terhadap pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 48 dapat dijatuhkan pidana tambahan berupa:

- b. Pencabutan izin usaha; atau
- c. Larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap undang-undang ini untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurang 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun; atau
- d. Penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Praktik jual rugi adalah suatu kondisi di mana suatu pelaku usaha menetapkan harga jual dari barang dan atau jasa yang diproduksinya di bawah biaya total rata-rata. Salah satu contoh jual rugi adalah jual rugi smartphone melalui Tiktok, namun pengaturan mengenai jual rugi melalui *e-commerce* khususnya Tiktok belum ada diatur di Indonesia, maka pengaturannya mengikuti pengaturan pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Dampak kegiatan jual rugi smartphone melalui media sosial Tiktok adalah terjadinya hancurnya bisnis dalam jangka waktu yang singkat bagi pelaku usaha pesaing, jual rugi juga dapat memberikan dampak kepada pembeli, dikarenakan jual rugi dilakukan dalam beberapa waktu saja.
3. Pada konteks jual rugi smartphone melalui Tiktok, Indonesia belum memiliki pengaturan secara khusus terhadap hal tersebut, maka dari itu pengaturannya dianggap sama dengan pengaturan mengenai persaingan usaha tidak sehat, khususnya pada praktik jual rugi, yaitu berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pelaku usaha yang terbukti melakukan praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat dapat dikenakan sanksi administratif yaitu

berupa perintah untuk menghentikan kegiatan usahanya. Selain itu, pelaku usaha juga dapat dikenakan denda sebesar Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) hingga Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah) sesuai Pasal 47 ayat (2) butir g. Selain sanksi administratif ini pelaku usaha juga dapat dikenakan sanksi pidana, yaitu membayar denda atau pidana kurungan sebagai ganti denda selama-lamanya 5 bulan.

B. Saran

1. Kepada Pemerintah selaku pembentuk kebijakan, menurut Penulis sudah seharusnya untuk membuat pengaturan mengenai persaingan usaha tidak sehat dalam praktik jual rugi melalui sosial media.
2. Kepada para pelaku usaha sebaiknya dalam bersaing di pasar untuk bersaing secara sempurna mengingat dampak yang ditimbulkan jika terdapat pelaku usaha yang bersaing secara tidak sehat akan merugikan banyak pihak, termasuk pelaku usaha yang melakukan persaingan usaha secara tidak sehat itu sendiri.
3. Seharusnya KPPU selaku komisi yang mengawasi persaingan usaha di Indonesia lebih cermat dalam mengawasi persaingan usaha yang ada sehingga tidak lagi terdapat pelaku usaha yang melakukan persaingan usaha secara tidak sehat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdul Halim Barkatulla. 2017. *Hukum Transaksi Elektronik*. Bandung: Nusamedia.
- Ahmad Yani & Gunawan Wijaya. 1998. *Anti Monopoli*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Andi Fahmi Lubis, dkk. 2017. *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Andi Fahmi Lubis, dkk. 2017. *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Budi Raharjo. 2021. *Fintech, Teknologi Finansial Perbankan Digital*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Elsi Kartika Sari & Advendi Simangunsong. 2008. *Hukum dalam Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Gunawan Adisaputro. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: YKPN.
- Janus Sidabalok. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia: dengan Pembahasan atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. 2009. *Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 tentang Jual Rugi (Predatory Pricing)*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
- Leon A. Abdillah. 2022. *Peranan Media Sosial Modren*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Moh Hatta. 2016. *Hukum Pidana dan Kegiatan Perekonomian (Titik Singgung Perkara Pidana dengan Perkara Perdata dan Tindak Pidana Ekonomi)*. Yogyakarta: Clapulis.
- Muhammad Nur Abdi. 2023. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: PT Penamuda Media.
- Mustafa Kamal Rokan. 2010. *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Neny Rosmawarni. 2024. *E-COMMERCE*. Yogyakarta: PT Penamuda Media.
- R. Subekti. 1995. *Aneka Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Richardus. 2002. *Electronic Commerce Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta: Aptikom.
- Ris Handayani. 2021. *Etika Dan Hukum Bisnis*. Jakarta: Stie Ipwija.
- Rumadi Ahmad, dkk. 2019. *Fikih Persaingan Usaha*, Jakarta: Lakpesdam PBNU.
- Suhasril & Mohammad Taufik Makarao. 2010. *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sulastiana & Teddy Oswari. 2024. *Hukum Bisnis*. Solok: PT MAFY MEDIA LITERASI Indonesia.
- Supeno. 2020. *Hukum Ekonomi Sebuah Intisari Singkat*, Solok: Balai Insan Cendikia Mandiri.
- Susanti Adi Nugroho. 2014. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Wahyuddin. 2023. *Layanan Digital di Era 5.0*. Padang: Pt Global Eksekutif Teknologi
- Wirjono Prodjodikoro. 2003. *Asas-Asas Hukum Pidana*. Bandung: Refika Aditama.

B. Artikel, Jurnal, dan Karya Ilmiah

- Adinda Suci Rahayu & Suherman. 2022. Analisis Dugaan Praktek Jual Rugi Produk Impor Melalui Situs E-Commerce Shopee. *Jurnal Uneslaw Review*. Volume 4 Nomor 4.
- Agus Supriyanto. 2023. Penjualan Melalui Tiktok Shop Dan Shopee: Menguntungkan Yang Mana? *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*. Volume 1 Nomor 1.
- Ahmad Fauzi & Ismail Koto. 2022. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Dengan Produk Cacat. *Journal of Education, Humaniora and Social Science*. Volume 4 Nomor 3.
- Ahmad Fauzi & Ismail Koto. 2022. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang Telah Dilanggar Haknya Melalui Jalur Litigasi dan Non-Litigasi. *Jurnal Yuridis*. Volume 9 Nomor 1.

- Alexandra Exelsia Saragih & Muhammad Fadhil Bagaskara. 2023. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan*. Volume 2 Nomor 1.
- Alston Chandra & Sari Murti Widiyastuti Y. 2017. Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Mendorong Iklim Persaingan Usaha Yang Sehat di Sektor Perunggasan. *Justitia Et Pax*. Volume 33 Nomor 1.
- Asifah Elsa Nurahma Lubis & Farhan Dwi Fahmi. 2021. Pengenalan Dan Definisi Hukum Secara Umum (Literature Review Etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Volume 2 Nomor 6.
- Basri Efendi. 2020. Pengawasan dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Syiah Kuala*. Volume 4 Nomor 1.
- Dewa Gede Ananta Prasetya & Anak Agung Sagung Laksmi Dewi. 2022. Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online. *Jurnal Konstruksi Hukum*. Volume 3 Nomor 2.
- Dwi Kurnia Hidayanto, dkk. 2021. Pengaruh Kecanduan Telpon Pintar (*Smartphone*) Pada Remaja (Literature Review). *Jurnal Publisitas*. Volume 8 Nomor 1.
- Edmon Makarim. 2013. Kerangka Kebijakan dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*. Volume 44 Nomor 3.
- Firda Juliana & Muhammad Luthfi Radian. 2024. Aspek Hukum Bisnis Online Shop Tiktok Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Undang-Undang Persaingan Usaha. *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*. Volume 5 Nomor 2.
- Fitri & Sri Jaya Lesmana. 2021. Indikasi Predatory Pricing Pda Paraktek Flash Sale Pelaku Usaha E-Commerce dalam Perspektif Hukum Persaingan Usah. *Supremasi Hukum*. Volume 17 Nomor 2.
- Gleshya Regita Putri My Made. 2021. Kewenangan KPPU Menjatuhkan Sanksi Daftar Hitam Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*. Volume 5 Nomor 2.
- I DW GD Riski Mada & A.A. Sri Indrawati. 2017. Praktik Jual Rugi (Predatory Pricing) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum*. Volume 2 Nomor 2.

- Ismail Koto. 2021. Peran Badan Usaha Milik Negara dalam Penyelenggaraan Perekonomian Nasional Guna Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat. *SiNTESa (Seminar Nasional Teknologi dan Humaniora*. Volume 1 Nomor 1.
- L. N. S., & Annuar S. N. S. 2023. The Adaptation of Sosial Media Marketing Activities in E-Commerce: Tiktok Shop. *Information Management and Bussiness Review*. Volume 15 Nomor 1.
- Meita Fadhilah. 2019. Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Kerangka Ekstrateritorial. *Jurnal Wawasan Yuridika*. Volume 3 Nomor 1.
- Melisa Setiawan Hotana. 2018. Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*. Volume 1 Nomor 1.
- Mohammad Orinaldi. 2020. Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Resilensi Bisnis di Era Pandemi, *Jurnal Ekonomi Syariah Iltizam*. Volume 5 Nomor 2.
- Ni Komang Sri Adnyani. 2023. Peran Komisi Pengawas Persaingan usaha Berkaitan dengan Predatory Pricing dalam Bisnis Layanan Online Food Delivery. *Jurnal Kertha Semaya*. Volume 11 Nomor 2.
- Ni'matul Fitria Mukaromah & Temmy Wijaya. 2020. Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*. Volume 4 Nomor 2.
- Peter C. Carstensen, *Predatory Pricing in the Courts*, Reflection on Two Decision, Volume 928 Nomor 61.
- R. Sheyam Khemani. 1998. *A Framework for the Design and Implementation of Competition Law and Policy*. (World Bank and OECD).
- Rachmadonna Shinta Daulay, dkk. 2020. Manfaat Teknologi *Smartphone* Dalam Kegiatan Pembelajaran Pendidikan Islam di Masa Pandemi Corona-19. *Al-Ulum: Jurnal Pendidikan Islam*. Volume 1 Nomor 1.
- Sri Wahyuningsih. 2022. Konsep Etika Dalam Islam. *JURNAL AN-NUR: Kajian Ilmu-Ilmu Pendidikan Dan Keislaman*. Volume 8 Nomor 1.
- Sudaryono, dkk, 2020. E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19 Sebagai Enterpreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline, *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jumanis)*. Volume 2 Nomor 1.

Sultan Remy Sjahdeini. 2001. E-Commerce Tinjauan dari Perspektif Hukum. *Jurnal Hukum Bisnis*. Volume 12.

Yuni Fitriani. 2021. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*. Volume 5 Nomor 4

C. Website

Fai. *Hukum Bisnis, Pengertian, Tujuan Dan Sumber*. Melalui <https://umsu.ac.id/hukum-bisnis/>, Diakses Pada Tanggal 02 Oktober 2024, Pukul 17.35 WIB.

Nandy. *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat Dan Perkembangannya*. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/> Diakses Pada Tanggal 10 Februari 2024, Pukul 20.01 WIB

D. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.