

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis semakin berkembang setelah kehadiran *e-commerce* di Indonesia. Sebelum adanya *e-commerce*, konsumen bertransaksi dengan cara bertatap muka atau bertemu secara langsung dengan pelaku usaha dimana kegiatan jual beli seperti ini disebut dengan transaksi konvensional. Namun sejak adanya perkembangan teknologi, transaksi konvensional sudah jarang ditemui karena banyak konsumen beralih ke dunia digital.

Hal ini disebabkan karena proses dalam transaksi digital lebih cepat, mudah, dan praktis. Proses tersebut membuat konsumen merasa nyaman karena tidak perlu lagi datang ke toko untuk membeli barang yang diperlukan oleh konsumen. Hanya dengan melihat di dalam *e-commerce* yang dituju. Kemudian, melihat katalog produk yang disediakan. Selanjutnya, memilih produk dan memasukkan metode pembayaran yang terakhir adalah memilih jasa pengiriman.¹

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong banyaknya platform *e-commerce* yang digunakan untuk transaksi jual beli. Kondisi ini memberi banyak kemudahan bagi pelaku usaha untuk memasarkan produknya. Pada saat pandemi

¹ Xendit PT Sinal Digital Terdepan, "Inilah Sejarah Perkembangan *E-Commerce* Di Indonesia", dikutip dari <https://www.xendit.co/id/blog/inilah-sejarah-perkembangan-e-commerce-di-indonesia/>, <diunduh tanggal 20 Agustus 2022>

covid-19 terjadi peningkatan transaksi jual beli dalam *e-commerce* di Indonesia.² Peralihan kebiasaan masyarakat yang terjadi besar-besaran dan sangat cepat membuat trend bisnis online (*e-commerce*) di Indonesia meningkat hampir 2 (dua) kali lipat pada saat pandemi covid-19.³

Salah satu langkah yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam rangka ekspansi pasar melalui platform *e-commerce* adalah dengan menerapkan berbagai macam bentuk promosi. Salah satu bentuk dari promosi yang umum dijumpai adalah dengan menerapkan pesta diskon atau diskon besar-besaran yakni, suatu penawaran barang dan/atau jasa dibawah harga pasar yang diterapkan oleh layanan *e-commerce* seperti tokopedia, shopee, lazada, dan berbagai layanan *e-commerce* lainnya.

Praktik diskon besar-besaran lazimnya terjadi ketika pelaku usaha pada waktu tertentu melakukan penjualan barang dan/atau jasanya di bawah harga pasar, bahkan tidak jarang terlampaui di bawah biaya produksi. Sering kali jual dibawah harga pasar disebut dengan istilah jual rugi atau perbuatan *predatory pricing*.

Jual rugi atau predatory pricing sendiri dianggap sebagai tindakan ilegal dalam upaya memenangkan persaingan. Sebab, dengan menetapkan harga produk atau layanan yang begitu rendah justru akan menghilangkan persaingan usaha secara sehat sehingga pasar lebih rentan terhadap monopoli.

² Vicky Darmawan Prahmana dan Ditha Wiradiputra, “*Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha*”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol. 6 Nomor 3, 2022, hlm. 1.

³ Nurlela, “E-Commerce, Solusi Di Tengah Pandemi COVID-19”, *Jurnal Simki Economic*, Vol. 4 Issue 1, 2021, Hlm. 48.

Penerapan strategi seperti ini dinilai sebagai upaya yang disengaja untuk merusak pasar. *Predatory pricing* atau jual rugi secara konseptual dimaknai sebagai suatu langkah yang diterapkan pelaku usaha yang berkedudukan dominan, dengan cara memasarkan produknya dengan nilai yang berada di bawah biaya produksi (*marginal cost*). *Predatory pricing* diartikan pula sebagai suatu perbuatan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi dengan mengabaikan kepentingan pihak lain. Apabila *predatory pricing* tersebut berhasil dilakukan maka dapat mengakibatkan pesaingnya jatuh pailit, maka dapat dipastikan bahwa aset dari pesaing tersebut dapat ditarik keluar dari pasar.⁴

Kegiatan *predatory pricing* yang berhasil dilakukan oleh pelaku usaha tentu sangat berpengaruh terhadap kondisi pasar yang berpotensi mengalami ketidakstabilan. Ketidakstabilan ini timbul terhadap produk yang dijual di bawah biaya produksi, sehingga memicu lahirnya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Selain itu terdapat salah satu problematika yang hingga saat ini cukup sulit untuk dipecahkan yaitu, mengenai cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya perbuatan *predatory pricing* dalam suatu mekanisme jual beli yang dapat memicu terjadinya pemusatan kekuatan ekonomi dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Hal ini timbul karena dalam mendeteksi perbuatan *predatory pricing* harus didasari dengan suatu pembuktian mengenai akibat dari perbuatan tersebut. Pelaku usaha dalam kondisi ini secara mudah dapat berdalih bahwa perbuatan yang dilakukannya merupakan suatu bentuk efisiensi kinerja dari perusahaan, sehingga

⁴ Billyzard Yossy Luran, "Praktik Flash Sale Pada E-Commerce Ditinjau Dari Ketentuan Predatory Pricing Dalam Hukum Persaingan Usaha", *Jurnal Kertha Negara*, Vol. 9 Nomor 12 2021, hlm. 1051-1052.

dapat menekan biaya produksi. Setidaknya terdapat 5 (lima) tujuan dari perbuatan *predatory pricing*, antara lain:

- a. Mematikan usaha dari pihak pesaing yang berada dalam lingkup pasar yang serupa;
- b. Membatasi pihak pesaing serta calon pesaing baru dengan cara menerapkan harga jual rugi sebagai *entry barrier* (pembatas masuk);
- c. Menghasilkan keuntungan besar selepas pelaku usaha pesaing telah keluar dari pasar;
- d. Meminimalisir kerugian yang timbul pada periode waktu sebelumnya sebagai akibat dari perbuatan jual rugi; dan
- e. Menjadi wadah promosi dalam rangka memperkenalkan suatu produk yang bersifat baru.

Tujuan perbuatan *predatory pricing* di atas bila dikaitkan dengan pesta diskon atau diskon besar-besaran, maka didapati bahwa walaupun umumnya pelaku usaha menjual barang dan/atau jasanya lebih rendah dari harga rata-rata di pasar, hal ini tidak serta merta menyebabkan diskon besar-besaran tersebut dikategorikan sebagai suatu perbuatan yang dilarang. Hal ini disebabkan karena perbuatan *predatory pricing* belum tentu dapat memicu timbulnya suatu pemusatan kekuatan ekonomi dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Kondisi ini mengindikasikan bahwa untuk dapat digolongkan sebagai suatu perbuatan *predatory pricing* yang dilarang maka,

harus dibuktikan terlebih dahulu mengenai ada atau tidaknya pemenuhan terhadap syarat serta unsur dari perbuatan tersebut.⁵

Di dalam *e-commerce* tidak hanya pelaku usaha lokal akan tetapi juga terdapat pelaku usaha luar negeri yang melakukan transaksi di dalamnya. Seperti yang diketahui bahwa perdagangan di dalam *e-commerce* merupakan perdagangan tanpa batas geografis, sehingga barang-barang impor dapat dengan mudah masuk kedalam pasar Indonesia melalui *e-commerce*. Di era pasar bebas ini, kompetisi semakin ketat, sehingga perlu adanya persiapan agar bisa lebih unggul dan mampu bersaing secara sehat, untuk itu diperlukan sumber daya manusia (SDM) dan basis teknologi sebagai kekuatannya, terlebih dalam persaingan dengan produk impor yang berdaya saing tinggi.⁶

Tidak jarang barang impor yang di jual di dalam *e-commerce* dijual dengan harga yang jauh lebih murah daripada barang lokal sehingga dapat mendominasi perdagangan di Indonesia. Beberapa waktu lalu terdapat salah satu konsumen yang mengunggah gambar produk yang di beli dalam *e-commerce*. Pada paket tersebut tertulis nama pengirim Mr, Hu yang beralamat di *Shangxue Industrial Park Guandong, Tiongkok*. Hal tersebut mendapatkan komentar dari pengguna layanan *e-commerce* lainnya bahwa saat ini banyak yang membeli produk impor. Hal ini disebabkan oleh dua faktor utama yaitu. *Pertama*, produk tersebut langka di pasar Indonesia. *Kedua*, harganya relatif lebih murah.

⁵ *Ibid*, hlm. 1053

⁶ Wiwik Sri Widiarty, *Perlindungan Hukum Usaha Kecil dan Menengah Dalam Perdagangan Garmen*, Jakarta, Universitas Kristen Indonesia Press, 2019, hlm. 8.

Pada tahun 2016-2018 terdapat sebuah industri rumah tangga yang mengalami kemajuan luar biasa dalam memproduksi dan memasarkan hijab. Produsen tersebut berhasil mempekerjakan lebih dari 3.400 orang pegawai. Namun, pada tahun 2018 perusahaan tersebut disadap oleh *Artificial Intelligence (AI)* yang digunakan oleh perusahaan digital asing. Dimana informasi mengenai produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) tersebut ditiru dan di produksi di Cina dan kemudian di ekspor ke Indonesia. Mereka membayar 44 ribu dolar AS sebagai bea masuk, hal inilah yang menghancurkan industri usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) tersebut. Karena gaji pegawai usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam setahun lebih dari 650 ribu dolar AS. Pada saat pembukaan Rakernas Kemendag di Istana Negara pada 4 maret tahun 2021. Menteri perdagangan Muhammad Lutfi menyampaikan laporan ini kepada Presiden Joko Widodo yang merupakan hasil penelitian lembaga Internasional tentang kehancuran kegiatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di sektor fesyen islam di Indonesia. Menteri perdagangan tersebut menyampaikan bahwa harga jual hijab di platform niaga daring hanya dibanderol dengan harga Rp 1.900 per buah. Hal ini yang menyebabkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia tidak dapat bersaing dengan produk impor dari luar negeri karena mereka menetapkan harga jual rugi atau *predatory pricing* yang menyebabkan bangkrutnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) hijab tersebut.⁷ Situasi ini diperparah dengan banyaknya produk impor dari negara lain yang mampu memproduksi lebih

⁷ Muhammad Idris, “*Apa Itu Predatory Pricing yang Disebut Jokowi Jadi Pembunuh UMKM RI*”, dikutip dari <https://money.kompas.com/read/2021/03/06/120110626/apa-itu-predatory-pricing-yang-disebut-jokowi-jadi-pembunuh-umkm-ri?page=all>, <diunduh tanggal 10 Oktober 2022>

cepat serta lebih murah, sehingga produk dalam negeri kalah saing dengan produk impor dari luar negeri produk dari luar negeri dalam *e-commerce* paling banyak di impor dari Tiongkok, Singapura, dan Jepang.⁸

Komisi pengawas persaingan usaha (KPPU) menyebutkan, bahwa “*terdapat potensi pelanggaran persaingan usaha dalam ekosistem e-commerce selain predatory pricing yang dapat disalahgunakan dan berpotensi melanggar Undang-Undang persaingan usaha*”.⁹ Hal-hal lain mungkin bisa terjadi seperti integrasi vertikal, penguasaan posisi dominan, semua itu berpotensi disalahgunakan dalam praktek persaingan usaha tidak sehat seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Apabila pesta diskon besar-besaran dalam *e-commerce* telah merugikan pelaku usaha lain dengan membuat pelaku usaha lain tidak dapat bersaing lagi, maka pesta diskon ini merupakan bentuk dari *predatory pricing* yang telah dilarang melalui ketentuan dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.¹⁰

Sehingga tujuan dari penelitian ini yang berjudul **Strategi Diskon Besar-Besaran Dalam E-Commerce Sebagai Bentuk Praktik Predatory Pricing Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999**. Yakni, untuk mengetahui apakah diskon besar-besaran yang diterapkan di dalam *e-commerce* merupakan bentuk persaingan

⁸ *Ibid*, hlm. 4

⁹ Adhistry Radhita Vasya dan Adinda Salsabilla, “Pengawasan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Dalam Pencegahan Predatory Pricing Pada Sektor E-commerce”, *Journal of Legal*, Vol.1 Nomor 2, hlm. 39.

¹⁰ Bantu Hukum Feature, “Predatory Pricing Pada E-commerce di Indonesia”, dikutip dari <https://bantuhukum.com/article/predatory-pricing-pada-e-commerce-di-indonesia>, <diunduh tanggal 20 Agustus 2022>

usaha tidak sehat dan merupakan bentuk praktik *predatory pricing* atau tidak sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah praktik diskon besar-besaran dalam *e-commerce* dapat dikualifikasikan sebagai salah satu bentuk praktik persaingan usaha tidak sehat?
- b. Apakah praktik diskon besar-besaran dalam *e-commerce* merupakan salah satu bentuk praktik *predatory pricing* yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah.

- a. Untuk menganalisis apakah praktik diskon besar-besaran dalam *e-commerce* dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk praktik persaingan usaha tidak sehat.
- b. Untuk menganalisis apakah praktik diskon besar-besaran dalam *e-commerce* merupakan salah satu bentuk *predatory pricing* yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

1.4 Kegunaan

Disamping tujuan yang akan dicapai sebagaimana yang dikemukakan diatas, maka penulisan proposal skripsi ini juga bermanfaat untuk :

a. Kegunaan secara teoritis

Sebagai informasi untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum, khususnya hukum persaingan usaha. Selain itu, tulisan ini dapat menjadi bahan kajian terhadap perkembangan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan khususnya mengenai diskon besar-besaran dalam *e-commerce* yang terindikasi sebagai praktik *predatory pricing*.

b. Kegunaan secara praktis

Memberikan sumbangan pemikiran dalam perkembangan ilmu hukum bagi para pembuat peraturan, dimana diharapkan proposal skripsi ini dapat dijadikan sebagai salah satu masukan dalam pengambilan kebijakan terhadap adanya indikasi praktik *predatory pricing* dalam *e-commerce* akibat adanya suatu diskon besar-besaran.

1.5 Keaslian

Hasil penelusuran dan pengamatan yang dilakukan pada judul skripsi “Strategi Diskon Besar-Besaran Dalam *E-Commerce* Sebagai Bentuk Praktik *Predatory Pricing* Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999” belum pernah dilakukan. Akan tetapi berdasarkan penelusuran kepustakaan terdapat kemiripan mengenai objek dan pembahasan pada beberapa skripsi dan jurnal, yaitu sebagai berikut:

Tabel

Keaslian Penulisan

No.	Nama Penulis	Judul, Fakultas dan Universitas	Rumusan Masalah	Metode Penelitian
1.	Adiwidya Imam Rahayu	Skripsi: Dugaan Praktek Jual Rugi (<i>Predatory Pricing</i>) Dalam Industri Telekomunikasi Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Fakultas Hukum Universitas Indonesia	1. Apakah ketentuan yang mengatur tentang praktek <i>predatory pricing</i> masih relevan untuk diterapkan dalam dunia bisnis modern? 2. Bagaimanakah Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat khususnya di dalam pasal 20 mendeskripsikan <i>predatory pricing</i> ? 3. Bilamanakah pasal 20 dari Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dapat mengenakan tuduhan <i>predatory pricing</i> terhadap perusahaan telekomunikasi di Indonesia?	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum normatif yang dilakukan dengan melakukan studi dokumen dengan menelaah bahan-bahan kepustakaan dengan cara mengumpulkan bahan hukum primer, sekunder maupun tersier. Teknik Analisis bahan hukum menggunakan metode deskriptif yang bersifat kualitatif yaitu suatu metode yang berusaha memaparkan data disertai analisis yang mendalam.
2.	Billyzard Yossy Laurant	Jurnal: Praktik <i>Flash Sale</i> Pada <i>E-Commerce</i> Ditinjau Dari Ketentuan	1. Apa saja syarat, unsur serta konsekuensi dari perbuatan <i>predatory pricing</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian

		<i>Predatory Pricing</i> Dalam Hukum Persaingan Usaha Jurnal Kertha Negara Vol. 9 No. 12 Tahun 2021	sebagaimana dilarang di dalam ketentuan pasal 20 Undang- Undang No. 5 Tahun 1999? 2. Apakah praktik <i>flash sale</i> pada <i>e- commerce</i> yang berkembang di Indonesia termasuk pada perbuatan <i>predatory pricing</i> yang berpotensi memicu praktik monopoli dan /atau persaingan usaha tidak sehat?	hukum normatif, yakni penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti hukum dari sudut pandang internal yang objeknya berupa norma hukum.
3.	Riska Arianti	Skripsi: Akuisisi Yang Dapat Menyebabkan Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus Akuisi Grab Dan Uber Di Indonesia) Fakultas Hukum Universitas Trunojoyo Madura	1. Apa yang menjadi kriteria atau proses akuisisi dapat menyebabkan praktek persaingan usaha tidak sehat? 2. Apakah akuisisi yang dilakukan grab dan uber berpotensi melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?	Metode penelitian yang digunakan adalah metode hukum normatif ialah suatu proses untuk menemukan suatu aturn hukum, prinsip- prinsip hukum, maupun doktrin- doktrin hukum untuk menjawab permasalahan hukum yang dihadapi.

Dalam skripsi milik Adiwidya Imam Rahayu sama-sama membahas tentang praktek jual rugi (*predatory pricing*), akan tetapi objeknya berbeda. Skripsi milik

adiwidya imam rahayu objeknya adalah industri telekomunikasi. Sedangkan dalam penelitian yang akan saya lakukan objeknya adalah diskon besar-besaran dalam *e-commerce*. Selanjutnya perbedaan isu hukum *pertama*, milik adiwidya membahas tentang masih relevan tidak aturan mengenai *predatory pricing* di era modern, sedangkan isu hukum dalam penelitian saya membahas diskon besar-besaran dalam *e-commerce* sebagai salah satu bentuk persaingan usaha tidak sehat. Isu hukum *kedua*, mendeskripsikan *predatory pricing* sedangkan dalam isu hukum penelitian saya membahas diskon besar-besaran masuk kedalam kegiatan yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Sama-sama menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan melakukan studi dokumen dan menelaah bahan-bahan kepustakaan. Hasil penelitiannya adalah untuk menjerat pelaku usaha yang melakukan *predatory pricing* ada 2 (dua) tahap analisis yang berkaitan dengan diberlakukannya *unreasonable price* oleh pelaku usaha predator.

- a. Mempertimbangkan karakteristik pasar, seperti konsentrasi penjual dan kondisi untuk masuk dalam pasar tersebut, yang ditunjukkan oleh *market power*.
- b. Memastikan bahwa tingkat harga yang diberlakukan sangat tidak masuk akal, dengan mengevaluasi perbandingan antara harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha predator dengan biaya produksi.

Dalam jurnal milik Billyzard Yossy Luran sama-sama membahas tentang *predatory pricing*. Akan tetapi objeknya berbeda, dalam jurnal milik Billyzard objeknya adalah praktek *flash sale* dalam *e-commerce* sedangkan dalam penelitian saya objeknya adalah diskon besar-besaran dalam *e-commerce*. Selanjutnya

perbedaan isu hukum dalam jurnal milik Billyzard *pertama*, membahas tentang syarat, unsur dan konsekuensi dari perbuatan *predatory pricing* sedangkan isu hukum dalam penelitian saya membahas diskon besar-besaran dalam *e-commerce* sebagai salah satu bentuk persaingan usaha tidak sehat. *Kedua*, Antara *flash sale* dan diskon besar-besaran dalam *e-commerce* sama-sama berpotensi memicu persaingan usaha tidak sehat. Sama-sama menggunakan metode penelitian hukum normatif, yakni penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti hukum dari sudut pandang internal yang objeknya berupa norma hukum. Hasil penelitian berdasarkan pada syarat dan unsur dari perbuatan *predatory pricing* maka, pada dasarnya terdapat beberapa hal yang tidak terpenuhi di dalam praktik *flash sale* pada *e-commerce* di Indonesia. Karena praktik *flash sale* digunakan bukan untuk menimbulkan pemusatan kekuatan ekonomi dan atau persaingan usaha tidak sehat, akan tetapi hanya sekedar sebagai media promosi atas lapak yang dimiliki pihak pelaku usaha.

Dalam skripsi milik Riska Arianti sama-sama membahas tentang persaingan usaha tidak sehat. Namun objeknya berbeda dalam skripsi milik riska objeknya adalah grab dan uber. Sedangkan dalam penelitian saya objeknya adalah diskon besar-besaran dalam *e-commerce*. Isu hukum *pertama*, sama-sama membahas tentang persaingan usaha tidak sehat. Isu hukum *kedua*, sama-sama berpotensi melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Sama-sama menggunakan metode penelitian normatif yaitu suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum dan prinsip-prinsip hukum. Hasil penelitian terhadap grab dan uber komisi pengawas persaingan usaha (KPPU), telah melakukan pemanggilan kepada kedua

pihak untuk dilakukan pemeriksaan dan diketahui bahwa akuisisi yang dilakukan grab dan uber adalah akuisisi aset yang mana akuisisi ini tidak masuk dalam aturan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Karena peraturan ini mengatur mengenai akuisisi saham. Sehingga yang dilakukan oleh grab dan uber tidak dapat dilakukan pemeriksaan lebih lanjut oleh komisi pengawas persaingan usaha (KPPU).

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam skripsi ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif dimana penelitian normatif harus berdasarkan pada pendekatan perundang-undangan, karena penelitian normatif menjadikan perundang-undangan sebagai pusat dalam proses penelitiannya.¹¹

Penelitian normatif dimaksudkan untuk memberikan argumentasi hukum sebagai dasar penentuan apakah suatu peristiwa sudah benar atau salah serta bagaimana sebaiknya peristiwa tersebut menurut hukum, sehingga untuk memulai penelitian hukum normatif akan dimulai dari peristiwa hukum dan selanjutnya akan dilakukan pencarian rujukan norma hukum seperti peraturan perundang-undangan, asas-asas hukum, maupun doktrin-doktrin hukum yang diajarkan para ahli hukum untuk mencari konstruksi hukum maupun hubungan hukum.¹² Menurut Ahmad Mukti Fajar ND dan Yulianto menyatakan bahwa “*penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sistem norma*”. Sistem

¹¹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2011, hlm. 302.

¹² Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram, Mataram University Press, 2020, hlm. 52.

norma yang dimaksud adalah mengenai asas-asas, norma, kaidah, dari peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perjanjian serta doktrin (ajaran).¹³

1.6.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statue approach*). Dimana pendekatan perundang-undangan merupakan pendekatan yang dilakukan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang akan diteliti.¹⁴

1.6.3 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Untuk memperoleh bahan hukum yang sesuai dan mencakup permasalahan dalam penelitian ini, maka bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan yang bersumber dari Peraturan Perundang-Undangan, buku, jurnal, artikel, dan melakukan penelusuran (*searching*) dalam media internet, hasil penelitian atau putusan pengadilan yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.¹⁵

¹³ *Ibid*, Hlm. 46

¹⁴ Petter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Prenamedia Group, 2016, hlm. 133.

¹⁵ Muhaimin, *Op.Cit*, hlm. 64

Adapun bahan hukum dalam penelitian ini terbagi 3 (tiga) jenis bahan hukum yaitu :

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas. Adapun bahan hukum primer yang digunakan dalam penulisan ini adalah

1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Pedoman Pelaksana Pasal 20 Tentang Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Seri Pedoman Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dan;
3. Peraturan Perundang-Undangan lainnya yang berkaitan dengan permasalahan hukum yang sedang diteliti.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang dapat membantu peneliti dalam menganalisis dan memahami bahan hukum primer yang isinya tidak mengikat seperti, literature yang terdiri dari buku-buku hukum termasuk skripsi, tesis, jurnal-jurnal hukum, majalah, surat kabar, serta bahan-bahan lain yang dapat menunjang dan memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang dibahas.¹⁶

¹⁶ Petter Mahmud Marzuki, *Op.Cit*, hlm. 197

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang merupakan pelengkap yang sifatnya memberikan petunjuk atau penjelasan tambahan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersier yang terdapat dalam penelitian misalnya kamus-kamus hukum, kamus besar bahasa Indonesia.

1.6.4 Analisis Bahan Hukum

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa bahan hukum preskriptif yaitu teknik analisa untuk memberikan argumentasi atas hasil penelitian yang telah dilakukan. Argumentasi dilakukan untuk memberikan preskripsi atau memberikan penilaian mengenai benar atau salah atau apa yang seyogyanya atau seharusnya menurut hukum, norma hukum, asas dan prinsip hukum, doktrin atau teori hukum terhadap fakta atau peristiwa hukum yang diteliti.¹⁷

¹⁷ Muhaimin, *Op.Cit*, hlm.71

