

ABSTRAK

Saat ini berbelanja dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, termasuk berbelanja di *e-commerce* yang dapat diakses dari berbagai perangkat seperti *smartphone* dan lain sebagainya. Salah satu *e-commerce* yang saat ini sangat populer di Indonesia adalah TikTok. TikTok merilis fitur bernama *TikTok Shop* sebagai transaksi jual-beli. Untuk menarik peminatnya, *TikTok Shop* mencoba menawarkan berbagai diskon dan promosi besar-besaran dengan harga jauh dibawah harga pasar pada saat *live streaming sale*. Dengan adanya pemberian harga diskon secara besar-besaran yang dilakukan oleh *TikTok Shop* pada saat *live streaming sale*, hal tersebut dapat memunculkan permasalahan untuk melakukan praktik *predatory pricing* atau jual rugi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis penjual atau pedagang terhadap penjualan *live streaming sale* dalam aplikasi TikTok dapat dikatakan sebagai tindak *predatory pricing* (jual rugi) berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer studi kepustakaan dengan wawancara secara langsung berdasarkan permasalahan yang dikaji kemudian dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif sehingga dapat ditarik kesimpulan dengan metode deduktif yang menghasilkan suatu kesimpulan yang bersifat umum terhadap permasalahan dan tujuan penelitian.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *@PedagangKao5_* sebagai *seller* *TikTok Shop* yang melakukan penjualan secara *live streaming sale* dapat dikatakan telah melakukan praktik *predatory pricing* atau jual rugi, karena telah memenuhi 11 (sebelas) unsur yang terpenuhi dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Kata Kunci : *E-Commerce, TikTok, Predatory Pricing.*

ABSTRACT

Currently shopping can be done anytime and anywhere, including shopping on e-commerce which can be accessed from various devices such as smartphones and so on. One e-commerce that is currently very popular in Indonesia is TikTok. TikTok released a feature called TikTok Shop for buying and selling transactions. To attract fans, TikTok Shop tries to offer various big discounts and promotions at prices far below market prices during live streaming sales. By providing massive discount prices carried out by the TikTok Shop during live streaming sales, this can give rise to problems in carrying out predatory pricing practices or selling at a loss. Therefore, this research was conducted to explain and analyze sellers or merchants regarding live streaming sales in the TikTok application which can be said to be an act of predatory pricing (selling at a loss) based on Law Number 5 of 1999 concerning Prohibition of Monopoly Practices and Unfair Business Competition.

The research method used is normative juridical research with a statutory approach. The data source in this research is a primary data source from literature study using direct interviews based on the problems studied and then analyzed using qualitative methods so that conclusions can be drawn using a deductive method which produces a general conclusion regarding the problems and objectives of the research.

The results of this research reveal that @PedagangKao5_ as a TikTok Shop seller who sells via live streaming sales can be said to have carried out the practice of predatory pricing or selling at a loss, because he has fulfilled the 11 (eleven) elements that are fulfilled in Article 20 of Law Number 5 of 1999 concerning Prohibition of Monopoly Practices and Unfair Business Competition.

Keywords : E-Commerce, TikTok, Predatory Pricing.