

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis dan prinsip etika bisnis di antara para pelaku ekonomi mencakup segala bentuk kegiatan yang terlibat dalam jual beli barang atau jasa secara rutin dan konsisten, dengan tujuan untuk menukar kepemilikan barang atau jasa tersebut dengan imbalan atau kompensasi yang sesuai.¹ Perdagangan berperan sebagai "jembatan" yang menghubungkan produsen yang memproduksi barang dengan konsumen yang membutuhkan barang tersebut, di mana produsen tidak lagi mengirimkan barang produksinya langsung kepada konsumen.²

Perkembangan teknologi telah menunjukkan dampak nyata yang positif dalam segala lini kehidupan, mulai dari segi aspek sosial, budaya, dan tentunya ekonomi. Dengan perkembangan ini, hukum memiliki peran penting untuk memastikan efektivitas dan efisiensi ekonomi nasional serta keteraturan dalam praktiknya. Sebagaimana tercantum dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, hukum persaingan usaha berperan penting dalam melindungi kepentingan umum dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lingkungan usaha yang mendukung, menghindari praktik monopoli dan persaingan yang tidak sehat, serta menjamin efisiensi dan efektivitas dalam kegiatan bisnis.

Salah satu kegiatan usaha yang termasuk pada hukum persaingan usaha adalah *commerce (e-commerce)*, yakni aktivitas bisnis yang berhubungan dengan pembeli, penyedia jasa layanan, dan penjual melalui Salah satu aktivitas bisnis yang diatur dalam hukum persaingan usaha adalah perdagangan elektronik (*e-commerce*), yaitu kegiatan bisnis yang

¹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha. 2009. *Pedoman pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing), Seri Pedoman Pelaksanaan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Hlm. 9

² Andi Fahmi Lubis, dkk. 2017. *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha, Edisi. II*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Hlm. 58

melibatkan pembeli, penyedia layanan, dan penjual melalui jaringan komputer yang terhubung dengan internet.³ Perkembangan teknologi di era *digital* telah memfasilitasi munculnya perdagangan melalui sistem *elektronik* (PMSE). PMSE, yang transaksinya dilakukan melalui berbagai perangkat dan prosedur *elektronik*, diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Media yang dapat digunakan untuk melakukan PMSE termasuk *e-commerce*, seperti *Shopee* dan *Tokopedia*, serta *social commerce* (*s-commerce*) yang menggunakan *platform* seperti *Facebook* dan *Instagram*. *TikTok* sendiri berada di tengah-tengah dua media tersebut karena pada dasarnya *TikTok* merupakan media sosial berbasis *video* berdurasi singkat, tetapi dalam pengembangannya aplikasi ini juga mengeluarkan fitur *TikTok Shop*.

Pada umumnya, *s-commerce* seperti *Instagram* mengalihkan calon konsumen kepada situs belanja lain, misalnya pemesanan tetap dilakukan secara manual melalui aplikasi komunikasi *WhatsApp* atau mengalihkan pada *e-commerce* seperti *Tokopedia*. Berbeda dengan *s-commerce*, *TikTok* melalui *TikTok Shop* memberikan kemungkinan kegiatan jual-beli tanpa ada pengalihan pada situs lain dan dilakukan dari awal hingga pengiriman barang di satu aplikasi secara terintegrasi. Selain kelebihan tersebut, *TikTok Shop* dapat digunakan dalam fitur *live stream* di mana kegiatan jual-beli dilakukan secara *live* dan secara aktif dapat terjadi komunikasi tanya-jawab.

Konsekuensinya, diperlukan payung hukum yang secara tegas mengisi peran dalam perjalanan usaha berbasis elektronik seperti layaknya dalam *s-commerce*. Hal ini semakin didukung dengan banyaknya dugaan praktik *predatory pricing* atau jual rugi dalam sektor *s-commerce* yang dapat memunculkan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat serta berdampak pada eksploitasi konsumen. *Predatory pricing*, disebut juga jual rugi, merupakan bentuk upaya pelaku usaha yang cenderung menjual

³ Abdul Halim, & Teguh Prasetyo. 2005. *Bisnis E-commerce, Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Pustaka Pelajar. Hlm 88.

harga *predatory pricing*, yang juga dikenal sebagai penjualan di bawah harga, adalah strategi di mana pelaku bisnis menjual produk dengan harga yang sangat rendah untuk jangka waktu tertentu, dengan tujuan untuk mengalahkan pesaing dalam pasar.⁴

Setelah mencapai dominasi sebagai satu-satunya pemain utama di pasar, pelaku *predatory pricing* akan meningkatkan harga secara drastis untuk mengimbangi kerugian yang mereka alami pada fase awal.⁵ Dalam metode *live stream*, penjual dapat melakukan jual-beli melalui akun utama penjual atau melibatkan *content creator* sebagai afiliator yang akan menjelaskan deskripsi barang yang dijual.⁶

Salah satu *content creator* yang menggunakan metode ini sebagai afiliator barang-barang kebutuhan rumah, Natasha Surya, bahkan mencapai omset hingga Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) per kuartal.⁷ Selain memudahkan pembeli dalam memahami produk yang dijual, fitur *live stream* juga seringkali menyediakan promo besar-besaran dalam waktu terbatas atau yang sering disebut *flash sale* sehingga meningkatkan respons psikologis konsumen untuk segera membeli pada sesi *live stream* berlangsung.

Perkembangan cepat dalam dunia bisnis sering kali tidak diiringi oleh pembuatan aturan yang memadai. Karena itu, masyarakat mulai menyadari pentingnya merumuskan undang-undang untuk mengatur kegiatan bisnis. Belakangan ini, semakin banyak perbincangan mengenai perlunya regulasi terhadap perilaku bisnis. Jika persaingan antara pelaku

⁴ Komisi Pengawas Persaingan Usaha. 2009. *Pedoman pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing), Seri Pedoman Pelaksanaan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Hlm. 12

⁵ Adis Nur Hayati. 2021. *Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-commerce di Indonesia*. Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Vol. 21No.01, 109–122.

⁶ Riyanto, Galuh Putri. “Fitur Baru TikTok Live untuk Kreator, Bisa Tanya Jawab dan Bikin Jadwal Live Streaming.” Kompas.com, 29 Juli 2021. Tersedia pada <https://tekno.kompas.com/read/2021/07/29/18110097/fitur-baru-TikTok-live-untuk-kreator-bisa-tanya-jawab-dan-bikin-jadwal-live?page=all>. Diakses pada tanggal 3 November 2023

⁷ Surya, Natasha. “Tips Menjual Product Harga Tinggi di TikTok Live.” Natasha.Surya. Dipublikasikan tanggal 24 September 2022. Durasi video: 00.00.59. Tersedia pada <https://www.TikTok.com/@natasha.surya/video/7146939868688534811>. Diakses pada tanggal 3 November 2023.

bisnis dilakukan secara adil, konsumen tidak akan mengalami kerugian.⁸ Namun, jika perlindungan konsumen hanya dijalankan melalui regulasi hukum yang mengenai perlindungan konsumen tanpa mengatur persaingan di antara pelaku usaha, maka masih ada kemungkinan beberapa kerugian akan dirasakan oleh konsumen.

Ini disebabkan oleh ketidakjujuran tentang kualitas produk yang diiklankan oleh beberapa pelaku bisnis, yang mengklaim produk mereka memiliki kualitas terbaik sementara sebenarnya ada cacat tersembunyi. Tindakan ini dilakukan dalam upaya untuk meraih keunggulan kompetitif, menguasai pasar, atau mencapai dominasi monopoli di pasar.

Jika situasi ini terus berlanjut, konsumen akan menderita kerugian yang signifikan. Pelanggaran terhadap kondisi monopoli dalam bentuk apapun sangat erat kaitannya dengan prinsip-prinsip demokrasi di pasar. Oleh karena itu, lahirlah Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang lebih dikenal dengan Undang-Undang Anti Monopoli. Monopoli adalah kendali atas produksi dan/atau pemasaran barang serta/atau penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha.⁹ Dalam praktiknya, bisnis curang dapat dibedakan menjadi dua kategori: Pertama, praktik bisnis curang yang berkaitan dengan perilaku pelaku usaha, dan Kedua, praktik bisnis curang yang berkaitan dengan aspek struktural.¹⁰

Perjanjian bisnis yang tidak sehat atau curang akibat perilaku pelaku usaha mencakup, antara lain, perjanjian penetapan harga secara horizontal (kartel harga) serta perjanjian vertikal seperti *Resale Price Maintenance* dan perjanjian diskriminasi harga (*Price Discrimination*).¹¹

⁸ Sutan Remy Shaydeini. 2001. *E-commerce Tinjauan Dari Perspektif Hukum*. Majalah Hukum Bisnis. Hlm. 16

⁹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha. 2009. *Pedoman pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing), Seri Pedoman Pelaksanaan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Hlm 16

¹⁰ Adelia Rizky Windyaka. 2021. *Kebijakan Bea Masuk Impor Barang E-commerce Dalam Kaitannya Dengan Hukum Persaingan Usaha*. Jurist-Diction, Vol. 4 No. 6. Hlm. 2107-2124.

¹¹ Saputri, Respi, Asep Muhamad Ramdan, dan Nor Norisanti. 2020. *Peran Flash Sale dalam Memediasi Hubungan Sales Promotion Terhadap Keputusan Belanja Online*. Jurnal Syntax Idea 2, no. 6. Hlm. 108-116

Penting untuk mengulas masalah penetapan harga ini karena Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dimaksudkan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung persaingan sehat. Fokus pada penetapan harga menjadi relevan dalam konteks ini karena pentingnya para pelaku usaha mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis untuk memastikan persaingan usaha yang lebih efektif.

Dampak positifnya adalah terciptanya pasar yang tidak terdistorsi, sehingga membuka peluang usaha yang lebih luas bagi para pelaku bisnis. Ini juga menguntungkan konsumen dengan menyediakan produk berkualitas tinggi, harga yang lebih bersaing, dan layanan yang lebih baik karena inovasi yang lebih besar dari pelaku bisnis dalam menciptakan dan memasarkan produk atau layanan mereka. Di Indonesia, praktik monopoli seringkali dianggap memiliki implikasi negatif dan merugikan, tidak hanya bagi masyarakat umum tetapi juga bagi pelaku usaha.¹²

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis berminat untuk meneliti permasalahan tersebut dan membahasnya dalam penelitian yang berjudul **“ANALISIS YURIDIS NORMATIF DUGAAN *PREDATORY PRICING* (JUAL RUGI) DALAM PRAKTIK *FLASH SALE* PADA FITUR *LIVE STREAM* DALAM APLIKASI *TIKTOK* DITINJAU DARI HUKUM PERSAINGAN USAHA”**

¹² Kagramanto, L. Budi. Mengenal Hukum Persaingan Usaha Berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 (Sidoarjo, Laros, 2015).

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Permasalahan	Hasil
1	Rega Lukmantoro. 2020. Fakultas Hukum. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.	Jual Beli Ponsel Pintar/ <i>Smartphone</i> Dengan Sistem Jual Rugi/ <i>Predatory Pricing</i> Menurut Uu No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah. (Studi Kasus Toko Ponsel <i>Grosell</i> Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi).	1. Mengapa Jual Beli Ponsel Pintar/ <i>Smartphone</i> dengan sistem Jual Rugi/ <i>Predatory Pricing</i> diterapkan di Toko Ponsel <i>Grosell</i> Kecamatan Jajag, Kabupaten Banyuwangi ? 2. Bagaimana Jual Beli Ponsel Pintar/ <i>Smartphone</i> dengan sistem Jual Rugi/ <i>Predatory Pricing</i> dengan merujuk pada UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan	Dalam penelitian terdahulu menyoroti penggunaan sistem jual rugi oleh toko ponsel <i>Grosell</i> untuk menarik banyak pelanggan tanpa mempertimbangan persaingan usaha dan dengan tujuan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan beberapa dampak negatif bagi konsumen, seperti produk cacat, serta kerugian bagi pelaku usaha lain karena dianggap merusak harga pasar.

			<p>Usaha tidak sehat ?</p> <p>3. Bagaimana Jual Beli Ponsel Pintar/<i>Smartphone</i> dengan sistem Jual Rugi/<i>Predatory Pricing</i> dengan merujuk pada Fiqh Muamalah?</p>	<p>Akibatnya, ada pelaku usaha yang mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut karena dampak dari sistem jual rugi tersebut.</p>
2	<p>Edi Saefurrohman. 2022. Fakultas Syari'ah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.</p>	<p>Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Persaingan Usaha Dengan Sistem <i>Predatory Pricing</i> (Studi Kasus Pada Promo Toko Aplikasi <i>Shopee</i>)</p>	<p>1. Bagaimana praktek persaingan usaha dengan sistem <i>Predatory Pricing</i> pada promo toko <i>Shopee</i>?</p> <p>2. Bagaimana tinjauan hukum islam dan hukum persaingan usaha berdasarkan UU No.5 tahun 1999 terhadap praktek pada promo toko dengan sistem <i>predatory</i></p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Edi Saefurrohman mengkaji praktik persaingan usaha dengan sistem <i>Predatory Pricing</i> dalam konteks hukum Islam, dengan fokus pada promo toko aplikasi <i>Shopee</i>. <i>predatory pricing</i> adalah strategi menetapkan harga sangat murah untuk mengeliminasi pesaing dan</p>

			<p><i>pricing</i> diaplikasi <i>Shopee</i></p>	<p>kemudian menaikkan harga setelah pesaing keluar dari pasar, dianalisis melalui perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, mengumpulkan informasi melalui proses wawancara dengan ahli hukum Islam dan pakar ekonomi serta analisis literatur terkait. Temuan penelitian menunjukkan bahwa <i>predatory pricing</i> dapat dikategorikan sebagai bentuk <i>gharar</i> (ketidakpastian) dan mendekati <i>tadlis</i> (penipuan), yang bertentangan</p>
--	--	--	--	--

				dengan prinsip keadilan dan larangan penipuan dalam perdagangan menurut hukum Islam.
--	--	--	--	--

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, penelitian ini bertujuan untuk meneliti secara khusus tentang:

1. Bagaimana praktik *predatory pricing* berpotensi memicu praktik monopoli dalam praktik *flash sale* pada fitur *live stream* dalam aplikasi *TikTok* ditinjau dari perspektif Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Hukum Persaingan Usaha?
2. Bagaimana etika bisnis pelaku usaha yang melakukan *predatory pricing* dalam praktik *flash sale* pada fitur *live stream* dalam aplikasi *TikTok* yang berkembang di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Meneliti dan menganalisis praktik persaingan usaha dengan sistem *predatory pricing* pada promo toko melalui fitur *live stream* di aplikasi *TikTok*.
2. Meninjau kepatuhan terhadap hukum persaingan usaha yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terkait dengan praktik *predatory pricing* pada promo toko melalui fitur *live stream* di aplikasi *TikTok*.
3. Mengidentifikasi dan memahami tantangan yang dihadapi oleh pelaku ekonomi sebagai akibat dari adopsi *predatory pricing* pada promo toko melalui fitur *live stream* di *TikTok*.

4. Memahami praktik etika bisnis dari pelaku usaha yang menerapkan *predatory pricing* pada promo toko melalui fitur *live stream* di *TikTok*.

D. Kegunaan Penulisan

Dalam bagian ini, penulis menguraikan sejumlah keuntungan dari penelitian yang dilakukan, baik dalam konteks teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penulis berharap bahwa penelitian ini akan memberikan sumbangan dalam bidang keilmuan dan berkontribusi pada pemikiran yang lebih luas terkait pengembangan ilmu hukum, terutama dalam konteks Hukum Keperdataan yang mencakup Hukum Bisnis, Persaingan Usaha, dan Etika Bisnis.

2. Kegunaan Praktis

Melalui penelitian ini, penulis bertujuan memberikan manfaat praktis bagi mereka yang memerlukan pemahaman tentang Hukum Bisnis, Hukum Persaingan Usaha, dan Etika Bisnis.

Dengan modifikasi yang sesuai, teknik yang diterapkan dalam penelitian ini dapat diadaptasi untuk studi tentang ilmu pengetahuan serta implementasi Hukum Persaingan Usaha dan Etika Bisnis secara menyeluruh.

a. Bagi Penulis

Melalui hasil penelitian ini, penulis berharap dapat meningkatkan pemahaman dalam Hukum Persaingan Usaha dan Etika Bisnis, terutama dalam ranah hukum Keperdataan yang berfokus pada Hukum Persaingan Usaha, serta menjadi kontribusi dalam meraih gelar Sarjana Strata-1.

b. Bagi Masyarakat

Untuk masyarakat, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam memahami serta menerapkan Hukum Persaingan Usaha dan Etika Bisnis secara komprehensif.

c. Bagi Akademisi

Melalui hasil penelitian ini, penulis berharap memberikan kontribusi kepada akademisi di bidang hukum keperdataan, khususnya dalam konteks Hukum Persaingan Usaha dan Etika Bisnis, yang dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut dan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang keperdataan.

d. Bagi Pelaku Ekonomi/Pengusaha

Dengan hasil penelitian ini, penulis berharap dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan bagi pelaku ekonomi mengenai Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Hukum Persaingan Usaha.

E. Metode Penelitian

Metode Penelitian Hukum adalah sistem kerja ilmiah yang mencakup penggunaan metode tertentu yang disengaja dan terorganisir untuk mencapai tujuan dalam ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Oleh karena itu, pentingnya metode penelitian dalam mengembangkan pengetahuan dan teknologi tidak dapat diragukan. Dengan demikian, penulis menggunakan Metode Penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penulis dalam penelitian ini mengadopsi metode penelitian Yuridis Normatif. Metode ini sering disebut sebagai penelitian hukum yang berfokus pada analisis peraturan tertulis. Pendekatan Yuridis Normatif dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan atau dokumen hukum tertulis untuk menggali sistem norma, termasuk asas-asas, norma, dan kaidah-kaidah yang terkandung dalam peraturan perundang-undangan.¹³

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan beberapa pendekatan sebagai berikut untuk memperdalam pemahaman dan menganalisis fenomena yang relevan:

¹³ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad. 2017. Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris. Cetakan IV. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. Hlm. 33.

a. Pendekatan Perundang-undangan

Pendekatan perundang-undangan melibatkan kajian mendalam terhadap semua undang-undang dan regulasi yang relevan dengan isu hukum yang sedang diselidiki. Untuk mengidentifikasi potensi benturan antara prinsip filosofis dan undang-undang yang berlaku, peneliti perlu memahami dengan cermat konteks filosofis yang mendasari setiap undang-undang yang diterapkan dalam konteks studi tersebut.¹⁴

b. Pendekatan Kasus

Pendekatan kasus adalah metode penelitian yang melibatkan observasi langsung terhadap isu hukum yang berkaitan dengan penerapan hukum normatif dalam konteks spesifik suatu peristiwa hukum dalam masyarakat atau lembaga hukum. Pendekatan ini difokuskan pada analisis dan evaluasi implementasi hukum normatif yang sedang berlangsung atau belum terselesaikan, dengan tujuan untuk memahami dampak dan konsekuensi dari penerapan aturan hukum dalam praktiknya.

3. Jenis Bahan Hukum

Dalam penelitiannya, penulis akan mengadakan studi yang berdasarkan bahan hukum, antara lain:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah sumber hukum yang berasal langsung dari hukum positif atau peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam penelitian ini, peraturan perundang-undangan menjadi landasan utama yang digunakan untuk mendalami subjek ini secara mendalam. Bahan hukum primer mencakup berbagai peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021, serta berbagai dokumen hukum tertulis lainnya yang relevan.

¹⁴ Marzuki Peter Mahmud. 2013. Penelitian Hukum. Jakarta: Kencana. Hlm. 35.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder mencakup segala jenis bahan yang mendukung bahan hukum primer, seperti buku-buku, jurnal, laporan penelitian, serta karya ilmiah lainnya. Khususnya dalam Ilmu Keperdataan, terdapat berbagai jenis bahan hukum sekunder yang relevan, seperti buku-buku, artikel jurnal, laporan penelitian, skripsi, dan hasil penelitian ilmiah lain yang berkaitan dengan aspek Hukum Bisnis, Hukum Persaingan Usaha, dan Etika Bisnis.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier mencakup berbagai sumber yang memberikan penjelasan dan definisi istilah-istilah hukum yang digunakan oleh peneliti dalam studinya. Sumber-sumber ini termasuk Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *situs web* resmi, dan referensi lainnya yang terkait dengan terminologi hukum yang diperlukan.

4. Metode Pengumpulan Bahan Hukum

Penulis akan menggunakan metode pengumpulan bahan hukum yang dikenal sebagai studi pustaka atau kepustakaan. Teknik ini melibatkan analisis mendalam terhadap berbagai buku, literatur, catatan, dan laporan yang relevan dengan topik penelitian, sehingga dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap isu hukum yang sedang diselidiki.¹⁵

5. Metode Analisis Bahan Hukum

Analisis terhadap bahan hukum dalam penulisan hukum yang bersifat normatif dilakukan melalui pendekatan Deskriptif Kualitatif. Metode ini, menurut Sugiyono, ini adalah pendekatan penelitian yang mengikuti pendekatan postpositivisme, yang umumnya digunakan untuk menginvestigasi kondisi alamiah yang objektif di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam prosesnya untuk memahami dan menjelaskan fenomena hukum yang dihadapi. Metode ini

¹⁵ Moh Nazir. 2003. Metodologi penelitian. Jakarta. Ghalia Indonesia. Hlm. 27.

memungkinkan peneliti untuk mendalaminya secara menyeluruh dengan mempertimbangkan konteks dan kompleksitasnya.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini mengadopsi struktur sistematika yang terdiri dari empat bab utama, yang secara komprehensif merangkum topik-topik yang akan dibahas dalam skripsi ini:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini merupakan bagian awal dari skripsi yang mencakup pengantar yang akan mencakup latar belakang masalah, perumusan pertanyaan penelitian yang akan dijawab, tujuan dari penelitian ini, manfaat penelitian bagi perkembangan ilmu pengetahuan, serta pendekatan metodologi yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang relevan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini mencakup tinjauan menyeluruh tentang implementasi serta tantangan yang dihadapi dalam penerapan *predatory pricing* dalam transaksi jual beli di *TikTok* melalui fitur *live stream* oleh para pelaku usaha. Pendekatan ini menggunakan Hukum Persaingan Usaha sebagai landasan untuk mengevaluasi praktik tersebut.

BAB III : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian ini merinci hasil penelitian dan menyajikan data-data yang dikumpulkan yang kemudian akan menjadi fokus pembahasan mengenai *predatory pricing* dalam konteks Hukum Persaingan Usaha, yang diidentifikasi sebagai tantangan atau kendala dalam implementasinya. Penjelasan atas hasil penelitian juga akan dilengkapi dengan tinjauan teori-teori yang relevan untuk memperdalam pemahaman terhadap masalah yang diteliti ini.

BAB IV : Penutup

Bagian ini merupakan bagian dari penutup dan rekomendasi. Penutup mencakup rangkuman dari hasil penelitian yang menjawab pertanyaan yang telah diajukan peneliti sebelumnya. Selain itu, dalam bagian ini

disertakan pula rekomendasi yang dapat dijadikan sebagai langkah perbaikan dari penelitian yang telah dilakukan.

