

SKRIPSI

**INDIKASI *PREDATORY PRICING* TERSELUBUNG DALAM *BIG SALE*
DAN *MONTHLY SALE* ONLINE MARKETPLACE SHOPEE**



Oleh :

RAQUEL MILLENIA R

NIM.031811133132

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS AIRLANGGA

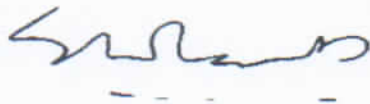
2022

HALAMAN PENGESAHAN

**INDIKASI *PREDATORY PRICING* TERSELUBUNG DALAM *BIG SALE*
DAN *MONTHLY SALE* ONLINE MARKETPLACE SHOPEE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

DOSEN PEMBIMBING	PENYUSUN
 Sinar Aju Wulandari, S.H., M.H. NIP. 197112171995122001	 Raquel Millenia Ramadhan NIM. 031811133132

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

2022

**Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada
tanggal 17 Januari 2022**

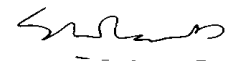
Tim Penguji Skripsi:

**Ketua : Prof. Dr. Lucianus Budi Kagramanto, S.H., M.H.
NIP. 196001061990021001**



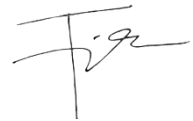
.....

**Anggota : Sinar Aju Wulandari, S.H., M.H.
NIP. 197112171995122001**



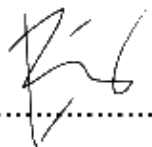
.....

**Fiska Silvia Raden Roro, S.H., M.M., LL.M.
NIP. 197705292003122003**



.....

**Ria Setyawati, S.H., M.H., LL.M.
NIP. 198008202009122002**



.....

**Kukuh Leksono Suminaring Aditya, S.H., LL.M.
NIP. 199009292017017101**



.....

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raquel Millenia R

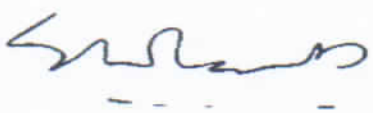
NIM : 031811133132

Bidang Minat : Bisnis

Judul Skripsi : Indikasi *Predatory Pricing* Terselubung Dalam *Big Sale* dan
Monthly Sale Online Marketplace Shopee

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang ditulis ini tidak mempunyai persamaan dengan skripsi lain.

Demikian pernyataan ini dibuat tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila pernyataan ini tidak benar, maka akan diberikan sanksi oleh Pimpinan Fakultas.

Dosen Pembimbing  <u>Sinar Aju Wulandari, S.H., M.H</u> NIP. 197112171995122001	Surabaya, 17 Januari 2022 Yang membuat pernyataan,  <u>Raquel Millenia Ramadhani</u> NIM. 031811133074
--	--

MOTTO

“Most people are pushed by something, forced to march into hell. That something wasn’t their choice. Their situations or others made them do it. But people who push their own backs see a different kind of hell. They can see something beyond hell. It might be hope, or it may even be another hell. Only those who keep moving forward will ever know, Tatakae.”

Eren Yeager.

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang tak terhingga atas kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam, karena atas ridho, karunia, serta berkat-Nya, Penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Dalam kesempatan ini, Penulis juga ingin menyampaikan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Muhammad Sholeh dan Ninik Handayani selaku kedua orang tua Penulis, serta Firly Tabita dan Azalia selaku adik Penulis, tak lupa seluruh keluarga besar Penulis, atas dorongan dan doa restu yang diberikan kepada Penulis selama penyusunan skripsi.
2. Ibu Sinar Aju Wulandari, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing, atas segala nasihat dan saran yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
3. Ketua Penguji: Prof. Dr. Lucianus Budi Kagramanto, S.H., M.H. beserta para anggota: Ibu Fiska Silvia Raden Roro, S.H., M.M., LL.M., Ibu Ria Setyawati, S.H., M.H., LL.M., dan Bapak Kukuh Leksono Suminaring Aditya, S.H., LL.M atas arahan dan sidang yang sangat berkesan dan bermanfaat bagi perbaikan penelitian ini.
4. Ibu Hilda Yunita Sabrie, S.H., M.H. yang telah bersedia menjadi dosen wali Penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Airlangga.
5. Segenap dosen Fakultas Hukum Universitas Airlangga yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pengetahuan kepada Penulis selama mengikuti studi dan menjadi bagian dari Fakultas Hukum Universitas Airlangga.
6. Bapak Alm. Kodrat Wibowo S.E., Ph.D. selaku mantan Ketua KPPU RI yang telah memberikan Penulis inspirasi topik penelitian melalui pandangan dan opini beliau mengenai kasus *predatory pricing* pada bisnis ojek online. Marilah kita senantiasa mengirimkan doa untuk beliau.
7. Teman seperjuangan Penulis semasa awal kuliah sampai dengan tahun terakhir, terimakasih BIRO: Zulfa, Sabrina, Farah, Azizah, Inas dan Tacik

atas semua bantuan, dukungan, dan pengalaman selama berkuliah di Fakultas Hukum Universitas Airlangga.

8. Sahabat dekat Penulis, Evanelian, Anisa Yuniar, Aqila Intan, dan Anissa Reza yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada Penulis.
9. Seluruh mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Airlangga angkatan 2018 atas segala pengalaman dan kerjasamanya.
10. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me, for never quitting.*

ABSTRAK

Tingginya jumlah transaksi elektronik ekonomi (*e-commerce*) mendorong semakin bertumbuhnya jumlah pelaku usaha sektor bersangkutan. Penggunaan *e-commerce* dengan bentuk Online Marketplace pada dasarnya membawa kemanfaatan kepada pelaku usaha maupun konsumen. Inovasi baru seperti pagelaran diskon besar bulanan, adalah senjata bagi pelaku usaha Online Marketplace dalam meningkatkan jumlah konsumen. Hal ini tidak jarang menciptakan keadaan persaingan tidak sehat, serta menciderai Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dengan memunculkan indikasi tindakan anti persaingan berupa *Predatory Pricing* yang diatur dalam Pasal 20. Tindakan tersebut dilakukan secara terselubung dalam besaran diskon yang tidak masuk akal dan jauh dibawah harga pasar. Hal tersebut memperbesar potensi terjadinya monopoli digital dimana provider besar atau pelaku usaha yang memiliki kekuatan pasar yang lebih besar dapat mengontrol pasar, menyingkirkan pesaing, dan menciptakan *entry barrier* (hambatan masuk) terhadap pelaku usaha yang ingin masuk ke dalam pasar. Namun terdapat peraturan baru yang mempengaruhi pengecualian terhadap pelaku usaha tertentu sehingga Pasal jual rugi tidak dapat diterapkan padanya.

Kata Kunci: Persaingan usaha tidak sehat, Online Marketplace, Diskon besar bulanan, Predatory Pricing

ABSTRACT

The high number of economic electronic transactions (e-commerce) encourages the growing number of business actors in the sector concerned. The use of e-commerce in the form of an Online Marketplace basically brings great benefits to both business actors and consumers. New innovations such as monthly big discounts are the weapons for Online Marketplace business actors in increasing the number of consumers. This often creates conditions of unfair competition, as well as injuring Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition by giving rise to indications of anti-competition actions in the form of Predatory Pricing as regulated in Article 20. These actions are carried out covertly in unreasonable amount of discount and far below the market price. This increases the potential for a digital monopoly where large providers or business actors with greater market power can control the market, get rid of competitors, and create entry barriers for business actors who want to enter the market. However, there are new regulations that affect the exclusion of certain business actors so that the Article 20 cannot be applied to them.

Keywords: Online Marketplace ,Unfair business competition, Big discount and sale performances, Predatory Pricing

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Metode Penelitian	11
1.5.1. Tipe Penelitian.....	11
1.5.2 Pendekatan Penelitian (<i>Approach</i>).....	12
1.5.3 Bahan Hukum (<i>Legal Sources</i>)	13
1.5.4 Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum	14
1.5.5 Analisis Bahan Hukum	14
1.6 Sistematika Penelitian.....	15
BAB II KARAKTERISTIK PRAKTIK <i>PREDATORY PRICING</i> YANG DIATUR DALAM UU. NO 5 TAHUN 1999 DIKAITKAN DENGAN KEADAAN SHOPEE SEBAGAI <i>ONLINE MARKETPLACE</i>	17
2.1 Konsep Dasar dan Kondisi Persaingan Usaha pada <i>Online Marketplace</i>	19
2.1.1. Online Marketplace Shopee	23
2.1.2 Shopee sebagai <i>Online Marketplace</i> dengan bentuk interaksi para pelaku usaha <i>Consumer to Consumer (C2C)</i> dan <i>PSTE</i> lingkup privat..	28
2.2 Karakteristik <i>Predatory Pricing</i> dalam <i>Online Marketplace Shopee</i>	31
2.2.1 <i>Predatory Pricing</i>	31

2.2.2 Penjabaran Unsur Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 berpedoman pada PERKOM No. 6 Tahun 2011.....	38
2.3 Pasar Bersangkutan (<i>Relevant Market</i>)	44
2.3.1 <i>Relevant Product Market</i>	45
2.3.2. <i>Relevant Geographical Market</i>	50
BAB III PENGADAAN <i>BIG SALE</i> DAN <i>MONTHLY SALE</i> SEBAGAI INSTRUMEN PRAKTIK <i>PREDATORY PRICING</i> OLEH PELAKU USAHA DI DALAM SHOPEE	53
3.1 Teknis Pengadaan <i>Big sale</i> (diskon besar) dan <i>Monthly sale</i> (diskon bulanan) oleh Shopee	53
3.1.1 Pengertian kampanye diskon <i>Big sale</i> dan <i>Monthly sale Online Marketplace</i> Shopee.....	53
3.1.2 Persyaratan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dalam mengikuti periode diskon <i>Big sale</i> dan <i>Monthly sale Online Marketplace</i> Shopee.....	59
3.1.3 Tanggung jawab terbatas <i>Online Marketplace</i> Shopee sebagai penyedia platform UGC dalam kampanye diskon <i>Big sale</i> dan <i>Monthly sale</i> Shopee.....	62
3.2 Indikasi <i>Predatory Pricing</i> pada <i>relevant product</i> alas bedak cair <i>Maybelline FitMe and Poreless Liquid</i> dalam kampanye diskon besar dan diskon bulanan.....	65
3.2.1 Pelaku usaha alas bedak cair <i>Maybelline FitMe and Poreless Liquid</i>	66
3.2.2 Penerapan unsur Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999.....	72
3.2.3 Pelaku usaha alas bedak cair <i>Maybelline FitMe and Poreless Liquid Foundation</i> Shopee sebagai pelaku usaha kecil	81
BAB IV PENUTUP	92

4.1	Kesimpulan	92
4.2	Saran.....	93
DAFTAR BACAAN.....		95