

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Sistematika Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Tinjauan Teori.....	18
2.1.1 Pengertian Hukum Persaingan Usaha.....	18
2.1.2 Pengaturan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia	22
2.1.3 Asas dan Tujuan Persaingan Usaha di Indonesia	35
2.1.4 Pendekatan dalam Persaingan Usaha.....	37
2.1.5 Jenis Persaingan Usaha	40
2.1.5.1 Persaingan Sehat	40
2.1.5.2 Persaingan Tidak Sehat.....	42
2.1.5.2.1 Monopoli.....	42
2.1.5.2.2 Kartel.....	43
2.1.5.2.3 Posisi Dominan	44
2.2 Tinjauan Konseptual	45
2.2.1 <i>E-commerce</i>	45
2.2.2 <i>Predatory Pricing</i>	47
2.2.2.1 Unsur-Unsur dalam <i>Predatory Pricing</i>	48
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Jenis Penelitian.....	53
3.2 Jenis Data	56
3.3 Teknik/Metode Pengumpulan Data	59
3.4 Jenis Pendekatan	60
3.5 Sifat Analisis Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	67
4.1 Hasil Penelitian	67
4.1.1 Praktek <i>Predatory Pricing</i> dalam <i>E-Commerce</i>	67

4.1.2 Ketentuan <i>Predatory Pricing</i> dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat	72
4.2 Dampak Kegiatan Jual Rugi (<i>Predatory Pricing</i>) dalam <i>E-Commerce</i> ..	80
4.3 Urgensi Pengaturan <i>Predatory Pricing</i> dalam <i>E-Commerce</i>	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	121
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	xi



DAFTAR TABEL

Tabel 4.2.1 Bentuk-Bentuk Interaksi di Dunia Bisnis.....	81
Tabel 4.2.2 Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia.....	83
Tabel 4.2.3 Perbedaan antara Promosi dengan <i>Predatory Pricing</i>	89

