

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan ekonomi adalah aktivitas yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia; bahkan, aktivitas ekonomi telah ada sejak awal manusia mengenal budaya. Aktivitas ekonomi menjadi salah satu pilar penting dalam perjalanan kehidupan manusia, karena manusia senantiasa memiliki berbagai kebutuhan hidup, baik yang bersifat primer, sekunder, maupun tertier. Oleh karena itu, semakin kompleksnya kebutuhan manusia akan menyebabkan peningkatan intensitas aktivitas ekonomi. Di era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, aktivitas ekonomi semakin intens dan meluas, merentang ke seluruh penjuru dunia, tanpa terpengaruh oleh jarak dan waktu. Aktivitas ekonomi pada dasarnya, merupakan serangkaian tindakan yang berjalan secara bersamaan, komprehensif, dan berkelanjutan.¹

Pada masa peningkatan ekonomi, masyarakat Indonesia mencoba peluang bisnis dengan membuka usaha, baik secara individu maupun kelompok. Namun, seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi yang diiringi dengan meningkatnya kebutuhan mendorong manusia untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara salah satunya dengan cara yang instan. Berdasarkan hal tersebut, masyarakat membutuhkan suatu wadah yang dapat memenuhi kebutuhan

¹Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, (Malang : Bayumedia Publishing, 2007), hlm. 119.

hidup secara lengkap atau yang disebut dengan pasar. Pasar dalam kehidupan sehari-hari didefinisikan sebagai tempat umum yang melayani jual beli.²

Pasar modern atau pasar digital menggunakan sistem pelayanan mandiri yang menjual berbagai jenis barang secara eceran. Toko modern dibedakan menjadi *minimarket, supermarket, hypermarket, department store*. Perbedaan toko modern tersebut didasarkan atas luas lantai dan variasi barang dagangan. *Minimarket, supermarket* dan *hypermarket* menjual barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya secara eceran. *Department Store* menjual barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya secara eceran. *Perkulakan* menjual secara grosir barang konsumsi.³

Pasar digital di Indonesia tumbuh 31,4% per tahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 8% per tahun. Pada tahun 2020 terdapat 13.450 pasar tradisional yang terdiri dari sekitar 12,6 juta pedagang kecil⁴. Permasalahan yang terjadi di pasar tradisional tidak seluruhnya disebabkan oleh pasar digital namun masih terdapat permasalahan internal seperti retribusi dan kurangnya kesadaran pedagang untuk membayar retribusi pasar. Namun kehadiran pasar digital di sekitar pasar tradisional akan berdampak pada berkurangnya jumlah konsumen yang berbelanja di pasar tradisional, karena adanya segmentasi secara sistematis yang

²Mumuh M. Rozi, "Persaingan Usaha Tidak Sehat Antara Minimarket Dengan Kelompok Usaha Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Cianjur", *Jurnal Hukum Mimbar Justitia*, Vol. 5 No. 1 (2019), hlm. 1-13.

³Saraswati, "Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Indomaret dan Alfamart Terhadap UKM dalam Kaitannya dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Studi di Kota Pontianak)", *Jurnal Nestor*, Vol. 4, No. 4, (2017), hlm. 1-24.

⁴Korenkova, M., Maros, M., Levicky, M., dan Fila, M. "Consumer Perception Of Modern And Traditional Forms Of Advertising". *Sustainability*, Vol 12, No 23, (2020), hlm. 1–25.

dilakukan “oleh pasar digital sehingga mampu memperoleh pangsa pasar luas sesuai rencana pemasaran.”⁵

Kepraktisan yang dimiliki oleh usaha digital mengakibatkan pengaruh terhadap usaha yang dilakukan secara tradisional. Hal ini dipengaruhi oleh berubahnya preferensi masyarakat diawali dengan terbentuknya persepsi masyarakat dalam berbelanja. Adapun persepsi masyarakat yang dapat berubah adalah tingkat kepuasan konsumen di antara lain berkaitan dengan:⁶

1. Barang
2. Harga
3. Suasana
4. Komunikasi
5. Pelayanan
6. Ketersediaan barang
7. Lokasi

Kehadiran pasar digital yang merujuk pada lingkungan bisnis dan perdagangan berfokus pada penggunaan teknologi digital dan internet untuk memfasilitasi transaksi, interaksi dan komunikasi. Hal tersebut melibatkan berbagai platform online, aplikasi dan situs web yang memungkinkan suatu usaha dan

⁵ Susilo, D, “Dampak Operasi Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional”, *Pena Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, Vol 20, No 1, (2017), hlm 29–38.

⁶ Melita Iffah, Fauzul Rizal Sutikno dan Nindya Sari, “Pengaruh Toko Modern Terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi Kasus: Minimarket Kecamatan Blimbing, Kota Malang)”, *Jurnal Tata Kota dan Daerah*, Vol 3, No 1, (2011), hlm. 56-60.

individu untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan penjualan satu produk atau jasa seperti *e-commerce*.⁷

Persaingan selalu diartikan sebagai tindakan individual yang mementingkan diri sendiri. Dengan mementingkan diri sendiri, seseorang yang bersaing dapat menghalalkan segala cara untuk memakmurkan atau memuaskan dirinya. Cara yang ditempuh diantaranya adalah cenderung melakukan tindakan untuk mematikan pesaingnya dengan tindakan yang tidak layak, menipu konsumen, mematikan pengusaha kecil.⁸

Indonesia sebagai negara hukum memiliki regulasi yang mengatur kegiatan usaha nasional di bidang perekonomian untuk melindungi setiap hak masyarakat untuk berusaha demi kesejahteraan sosial sebagaimana yang diamanatkan di dalam Pasal 33 Ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945) yang mengatur bahwa "Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan".⁹ Amanat ini kemudian dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang mengatur mengenai perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi dominan yang dapat menimbulkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam kegiatan usaha.

⁷Irma Setiawan, Ibrahim, and Isnaini, "Under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 License. Peran Pasar Digital Di Era Pandemi Pada Wirausaha Muda Di Banyumulek," *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, Vol. 1, No. 1 (2021), hlm. 440–448.

⁸Ayudha D. Prayoga, et.al., *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturnya di Indonesia*, (Jakarta: Proyek ELIPS, 2000), hlm 1.

⁹ Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan sebagai *tool of social control and a tool of social engineering*, yaitu sebagai “alat kontrol sosial” Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 berusaha menjaga kepentingan umum dan mencegah praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, dan sebagai “alat rekayasa sosial”. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 berusaha untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional, mewujudkan iklim usaha yang “kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat, dan berusaha menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.¹⁰ Artinya dengan adanya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan kepastian hukum dan perlindungan yang sama kepada setiap pelaku usaha dalam berusaha, dengan cara mencegah timbulnya praktek-praktek monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat lainnya dengan harapan dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif, dimana setiap pelaku usaha dapat bersaing secara wajar dan sehat.¹¹

Pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah:

“pelaku usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tersebut”.

Ketentuan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah Pasal 50 Huruf h yang mengecualikan pelaku usaha kecil dari penegakan Undang-undang sebagai

¹⁰ Ayudha D. Prayoga, et.al., *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturnya di Indonesia*, (Jakarta: Proyek ELIPS, 2000), hlm. 53.

¹¹Devi Meyliana, *Hukum Persaingan Usaha “studi konsep pembuktian terhadap perjanjian penetapan harga dalam persaingan usaha”*, (Malang: Setara Press, 2013), hlm. 15-16.

bentuk perlindungan hukum.¹² Pengecualian terhadap pelaku usaha kecil ini berarti ketentuan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999, tidak berlaku bagi pelaku usaha kecil. Pengecualian tersebut juga dapat berarti meskipun perbuatan pelaku usaha kecil menyebabkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, namun tidak dianggap bertentangan dengan undang-undang.¹³

Suyud Margono mengatakan bahwa:¹⁴

“Larangan dan sanksi dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak berlaku bagi usaha yang tergolong usaha kecil. Dengan pengecualian tersebut Usaha Kecil dapat melakukan diskriminasi harga, kartel (harga, produksi dan wilayah), perjanjian tertutup dan boikot dalam melakukan kegiatan usahanya.”

Jika berbicara dalam konteks tentang larangan praktek monopoli, maka hal pertama yang menjadi perhatian adalah siapa pelaku dalam dunia usaha yang kita soroti. Undang-undang menerjemahkan para pelaku usaha dalam pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yaitu:

“Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.”

Pengertian yang diberikan tersebut boleh dibilang cukup luas hingga mencakup segala jenis dan bentuk badan usaha, dengan tidak memperhatikan sifat badan hukumnya, sepanjang pelaku usaha tersebut menjalankan kegiatannya dalam

¹² Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 71-72.

¹³ Binoto Nadapdap, *Hukum Acara Persaingan Usaha*, (Jakarta: Jala Permata Aksara, 2009), hlm. 13.

¹⁴ Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 34

bidang ekonomi di dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia. Asas teritorial menjadi dasar dari Undang-undang ini.¹⁵

Mengacu pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, sebaiknya dilakukan pemahaman tentang pengertian atau makna dari istilah monopoli itu tidak hanya dari sudut pendekatan yuridis dari pendekatan ekonomi. Pendekatan ekonomi dipergunakan sebab hampir semua perbuatan yang diatur dalam undang-undang ini tidak dapat dilepaskan dari tinjauan istilah yang dipakai dalam ilmu ekonomi. Dari sudut ekonomi, istilah monopoli sejalan dengan istilah monopsoni, oligopoly maupun oligopsoni yang biasa akan terjadi dalam keadaan struktur pasar persaingan yang tidak sempurna (*unperfect competition*). Akan tetapi, secara yuridis ketiga istilah tersebut dibedakan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.¹⁶

Fenomena yang terjadi adalah pengecualian terhadap pelaku usaha kecil ini menimbulkan pro dan kontra dikalangan ahli hukum persaingan usaha dan masyarakat. Ada yang menyetujui dengan alasan dengan pengecualian itu legislatif nampaknya berharap ada kesempatan bagi pelaku usaha kecil mengembangkan diri untuk tidak kalah berkompetisi¹⁷. Ada juga yang setuju dengan alasan karena anggapan bahwa pengusaha kecil masih membutuhkan perlindungan agar dapat berkembang, serta karena alasan sosial bahwa posisi pengusaha kecil tersebut lemah, sehingga dinilai tidak akan mungkin melakukan kegiatan monopoli.”

¹⁵Widjaja Gunawan dan Yani Ahmad, *Anti Monopoli*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1999), hlm. 11.

¹⁶ Ginting Ras Elyta, *Hukum Anti Monopoli Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 18.

¹⁷ Apriani, D., & Idris, Z. Relevansi Pengecualian Terhadap Pelaku Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia Di Era Globalisasi Ekonomi. *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol 17, no. 4, (2020), hlm. 477–489.

Menurut penelitian Desi Apriani and Zulherman Idris (2020) ada pihak yang tidak menyetujui dikecualikannya pelaku usaha kecil dari pengaturan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dengan pertimbangan utama adanya kekhawatiran diberikannya pengecualian, para pelaku usaha kecil dapat memiliki peluang untuk melakukan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat disamping tidak jelasnya kriteria pelaku usaha kecil.¹⁸ Sehingga dapat berakibat bagi penyalahgunaan status atau posisi yang dimiliki oleh pihak-pihak yang mengambil keuntungan.”

Adanya persaingan dalam mekanisme pasar akan memacu pelaku usaha terus berinovasi guna menghasilkan produk variatif dengan harga bersaing dan dapat menguntungkan produsen maupun konsumen. Seiring dengan kemajuan teknologi, penjual semakin mudah dalam berinovasi untuk melakukan penjualan terutama melakukan penjualan dengan *live streaming* atau video siaran langsung dimana penonton dapat melihat langsung tampilan barang yang akan dibeli. Namun sebagian penjual melaksanakan siaran langsung untuk melakukan jual rugi atau disebut *predatory pricing*. *Predatory pricing* atau jual rugi dapat dikatakan sebagai upaya pelaku usaha yang cenderung menjual harga sangat murah dalam jangka waktu tertentu dengan alasan mematikan usaha para pesaing¹⁹. “

Sejalan dengan hal tersebut terdapat ahli hukum persaingan usaha yang menganggap bahwa pengecualian terhadap pelaku usaha kecil tersebut tidak

¹⁸Desi Apriani and Zulherman Idris, “Relevansi Pengecualian Terhadap Pelaku Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia Di Era Globalisasi Ekonomi,” *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 21, no. 1 (2020), hlm. 1–9.

¹⁹Chica cta Andinda, Gunardi Lie, and Moody Rizqy, “Analisis Predatory Piercing Dalam Praktik Flash Sale Dengan Fitur Live Streaming Pada Aplikasi Tiktok,” *Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 7, no. 10 (2022), hlm. 86–95

diperlukan. Susanti Adi Nugroho berpendapat bahwa pengecualian terhadap pelaku usaha kecil sebaiknya hanya dilakukan sementara waktu saja atau dalam jangka pendek dan penerapannya harus ditinjau secara konsisten.²⁰

Persaingan usaha harus dilakukan secara sehat untuk mencegah timbulnya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat yang akan berdampak pada perekonomian negara. Untuk saat ini memang sudah ada Undang-Undang yang mengatur persaingan usaha yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia. Salah satu contoh terkait persaingan jual beli dalam bentuk *predatory pricing* di fitur *live streaming* di aplikasi Tiktok²¹.

Ketua Umum Asosiasi Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia mengatakan bahwa praktik *predatory pricing* atau menjual barang di bawah harga modal atau bahan baku yang tengah marak di platform Tiktok sangat merugikan pelaku UMKM. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) memberikan respon terkait untuk mempelajari dugaan praktik *predatory pricing* dan monopoli pada aplikasi Tiktok. KPPU juga mengusulkan pengaturan mengenai pemisahan bisnis media sosial dan *e-commerce* dan menilai bahwa pemerintah perlu mengatur tentang *cross border commerce* agar UMKM dalam negeri bisa bersaing di pasar digital Indonesia. Seperti yang dilansir oleh *Republika.com*²²,

²⁰Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 814.

²¹Ayup Suran Ningsih, "Implikasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)," *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, Vol.19, no. 2 (2019), hlm. 207, <https://doi.org/10.30641/dejure.2019.v19.207-215>

²² <https://www.Republika.Id/Posts/45624/Dugaan-Predatory-Pricing-Tiktok-Shop-Yang-Mengancam-Umkm>, diakses pada tanggal 22 April 2024.

Pelaku usaha di Indonesia harus mengedepankan demokrasi ekonomi dengan seimbangkan antara kepentingan bisnis dan kepentingan umum. Pasal 1 angka 6 UU No. 5 Tahun 1999 menguraikan persaingan usaha tidak sehat sebagai kompetisi tidak jujur, melawan hukum atau menghambat persaingan dalam produksi atau pemasaran barang/jasa. Terbatas pada aktivitas antar pelaku usaha yang dilakukan secara tidak jujur, melanggar hukum atau merugikan persaingan. Pembatasan ini muncul karena ekonomi nasional belum sepenuhnya mengikuti amanat Pasal 33 UUD 1945 dengan cenderung monopoli.

Pelaku usaha terkait pemerintahan mendapat kemudahan dan memperdalam kesenjangan sosial. Munculnya konglomerasi dan pengusaha kuat tanpa semangat wirausaha merusak ketahanan ekonomi dan daya saing. Pernyataan tersebut menyiratkan bahwa adanya keterkaitan antara pelaku usaha dengan pemerintahan seringkali menghasilkan berbagai fasilitas atau kemudahan yang tidak dinikmati oleh semua pihak secara adil, sehingga menciptakan kesenjangan sosial yang semakin dalam. Pihak yang dimaksud ini pun seperti BUMN dan Perusahaan yang berkerja sama dengan BUMN. Hal ini terjadi karena kesempatan dan akses ke sumber daya ekonomi tidak merata, yang pada akhirnya memunculkan konglomerasi atau dominasi oleh pengusaha-pengusaha besar yang memiliki hubungan kuat dengan pemerintahan. Sementara itu, pelaku usaha kecil atau menengah yang tidak memiliki akses yang sama seringkali tidak mampu bersaing dengan konglomerasi tersebut. Akibatnya, semangat wirausaha untuk berkembang terhambat, dan hal ini dapat merusak ketahanan ekonomi suatu negara serta mengurangi daya saingnya di pasar global. Dengan kata lain, ketidakadilan dalam

distribusi sumber daya dan kesempatan ekonomi memperkuat dominasi konglomerasi dan menghambat pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan serta berdampak negatif pada daya saing suatu negara.

Pelayanan platform tiktok shop beserta pelaku usaha di dalamnya terjadi kerja sama dalam menerapkan strategi voucher diskon, flash sale, dan gratis ongkir untuk menetapkan harga dengan sangat rendah. Ditinjau dari hubungan antara *predatory pricing*, *rule of reason* dan perspektif layanan platform tiktok shop, sebagaimana Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, terdapat aspek-aspek krusial yang perlu dipahami yaitu uraian unsur-unsur yang diterapkan dalam layanan platform tiktok shop, terdapat beberapa unsur yang dapat monopoli dan mematikan usaha pesaingnya dengan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah, hal tersebut dianggap persaingan usaha tidak sehat.²³

Penelitian tentang TikTok dilakukan untuk menyoroti kesenjangan antara apa yang sebenarnya terjadi (*das Sein*) dan apa yang seharusnya terjadi (*das Sollen*) dalam konteks regulasi hukum dan etika Kehadiran TikTok telah memunculkan banyak isu terkait privasi, keamanan data dan dampak sosialnya, tetapi belum ada kerangka hukum yang cukup kuat untuk mengatasi tantangan ini secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi celah hukum yang ada dan menyediakan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana TikTok dapat diatur secara lebih efisien dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum dan etika yang

²³ Andi Frezky Saputra Ilham Dwijayana, Nur Mohamad Kasim, and Suwitno Yutye Imran, "Dinamika Hukum Persaingan Usaha Di Era Digital : Analisis Perlindungan Hukum Dalam E-Commerce Shopee Dan Tiktok Shop Di Indonesia," *Jurnal Ilmu Hukum Dan Tata Negara*, Vol. 2, No. 2, (2024), hlm 1–12.

berlaku. Dengan memperjelas legal gap ini, diharapkan penelitian dapat memberikan landasan bagi pembuatan kebijakan yang lebih efektif dan perlindungan yang lebih baik bagi pengguna TikTok.

Berdasarkan uraian di atas peneliti merasa perlu untuk mengkaji dampak yang ditimbulkan dari banyaknya toko digital terhadap keberadaan UMKM dan pelanggaran yang dilakukan oleh usaha digital karena UMKM seringkali kesulitan bersaing dengan toko digital yang memiliki sumber daya dan skala lebih besar, sehingga dapat menghambat pertumbuhan UMKM maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul mengenai **“Aspek Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat Yang Ditimbulkan Pasar Digital Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti memberikan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaturan pasar digital berdasarkan hukum persaingan usaha di Indonesia?
2. Bagaimana dampak atau implikasi penggunaan Tiktok terhadap UMKM Indonesia menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaturan pasar digital berdasarkan hukum persaingan usaha di Indonesia.

2. Untuk mengetahui dampak atau implikasi penggunaan Tiktok terhadap UMKM Indonesia menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Pemahaman Hukum yang Lebih Mendalam: Analisis terhadap aspek hukum persaingan usaha tidak sehat yang melibatkan usaha digital dan UMKM dapat membantu para akademisi, mahasiswa dan peneliti memahami secara lebih mendalam konsep hukum persaingan dan dampaknya pada sektor UMKM.
2. Pengembangan Teori Hukum Persaingan: Studi tentang konflik antara usaha digital dan UMKM dapat mengarah pada pengembangan teori hukum persaingan yang lebih inklusif dan kontemporer yang mempertimbangkan dinamika baru dalam ekonomi.
3. Penguatan Keberlanjutan Ekonomi: Dengan menganalisis dampak persaingan usaha digital pada UMKM, teori-teori ekonomi tentang keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi dapat lebih baik dipahami dan diterapkan dalam konteks nyata.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Perlindungan UMKM: Memahami aspek hukum persaingan usaha tidak sehat membantu pemerintah dan lembaga terkait untuk mengembangkan regulasi yang lebih baik dalam melindungi UMKM dari praktik bisnis yang merugikan.

2. Pengembangan Kebijakan Publik: Hasil analisis tentang dampak usaha digital terhadap UMKM dapat membantu pemerintah dalam merancang kebijakan yang mendorong pertumbuhan UMKM tanpa merugikan persaingan yang sehat.
3. Penegakan Hukum yang Efektif: Pengetahuan tentang aspek hukum persaingan usaha tidak sehat membantu pihak berwenang dalam menegakkan hukum dengan lebih efektif, mengidentifikasi praktik-praktik yang melanggar aturan dan memberlakukan sanksi yang sesuai.
4. Peningkatan Kesadaran Pelaku Bisnis: Usaha digital dapat lebih sadar akan tanggung jawab hukum mereka terhadap dampak terhadap UMKM, sehingga mendorong perusahaan untuk beroperasi dengan lebih etis dan mempertimbangkan konsekuensi sosial dan ekonomi dari tindakan bisnis mereka.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian disusun untuk memudahkan melakukan analisis terhadap permasalahan yang ada sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori yang digunakan dalam penelitian yaitu hukum persaingan usaha, usaha digital, usaha mikro kecil dan

menengah dan persaingan usaha yang tidak sehat meliputi pengertian monopoli, kriteria monopoli yang di larang dan peraktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, jenis data, cara pengumpulan data, jenis pendekatan, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan terhadap dampak yang di timbulkan dari banyaknya toko digital terhadap keberadaan UMKM dan pelanggaran yang dilakukan oleh usaha digital Ditinjau dari UU No. 5 Tahun 1999.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merangkum temuan analisis data peneliti dari bab sebelumnya dan membuat rekomendasi untuk pertimbangan di masa mendatang berdasarkan temuan dari penelitian ini.

