

Rekonstruksi Hukum terhadap Inovasi Penggabungan Social Media dan e-Commerce yang Berdampak pada Persaingan Usaha di Indonesia (Studi Kasus Tik-Tok) = Legal Reconstruction of Social Media Merger Innovation and e-Commerce that Impact Business Competition in Indonesia (Tik-Tok Case Study)

Syahrizal Fahlevy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920566013&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, Tik-Tok telah berkembang menjadi platform yang tidak hanya menyediakan konten video, tetapi juga fitur e-commerce melalui Tik-Tok Shop, yang memungkinkan pengguna berbelanja produk secara langsung. Namun, keberadaan Tik-Tok Shop memicu berbagai permasalahan, khususnya terkait dengan dugaan pelanggaran persaingan usaha, yang berpotensi merugikan pelaku usaha lokal dan UMKM di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 dalam konteks pengawasan persaingan usaha untuk memastikan keseimbangan dan keadilan dalam perdagangan elektronik. Tesis ini juga membahas dampak dari penggabungan kedua fungsi tersebut serta perlunya regulasi yang lebih tegas untuk menghindari dugaan praktik monopoli dan kompetisi yang tidak sehat, seperti predatory pricing yang dilakukan oleh pelaku usaha di Tik-Tok Shop. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan analisis kualitatif. Melalui kajian terhadap regulasi yang ada, penelitian ini menemukan bahwa peraturan yang berlaku belum sepenuhnya mampu mengatur dan mengawasi praktik e-commerce yang diintegrasikan dengan social media. Rekonstruksi hukum yang diusulkan mencakup penegakan hukum yang lebih ketat terhadap praktik predatory pricing, penguatan posisi KPPU dalam mengawasi kegiatan social commerce, serta penetapan sanksi yang proporsional bagi orang yang diduga melanggar hukum persaingan.In recent years, Tik-Tok has developed into a platform that not only provides video content but also e-commerce features through Tik-Tok Shop, which allows users to purchase products directly. However, the existence of the Tik-Tok Shop has triggered various problems, especially related to business competition violations, which can potentially harm local businesses and MSMEs in Indonesia. This research aims to analyze the implementation of the Regulation of the Minister of Trade of the Republic of Indonesia Number 31 of 2023 in the context of monitoring business competition to ensure balance and fairness in electronic commerce. This thesis also discusses the impact of combining these two functions and the need for stricter regulations to avoid monopolistic practices and unhealthy competition, such as predatory pricing carried out by business actors in the Tik-Tok Shop. The research method used is normative legal research with a qualitative analysis approach. Through a review of existing regulations, this research found that the applicable rules are not yet fully capable of regulating and supervising e-commerce practices integrated with social media. The proposed legal reconstruction includes stricter law enforcement against predatory pricing practices, strengthening the KPPU's position in supervising social commerce activities, as well as establishing proportional sanctions for violators of competition law.