

Perlindungan Hukum UMKM terhadap Praktik *Predatory Pricing* di *Social Commerce*: Studi Analisis pada Platform TikTok di Indonesia

Afif Syafiuddin^{1*}

¹ Universitas Muria Kudus, Indonesia

Alamat: Jl. Lingkar Utara UMK, Gondangmanis, Bae, Kudus – 59327 Jawa Tengah - Indonesia

Korespondensi penulis: afif.syafiuddin@umk.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the legal protection afforded to UMKM against predatory pricing practices in social commerce, with a focus on the TikTok platform in Indonesia. Predatory pricing refers to a strategy of selling goods at extremely low prices with the intent to eliminate competitors, which poses a threat to the sustainability of UMKM in the digital market. As MSMEs increasingly adopt digitalization and utilize e-commerce platforms, the challenges related to unfair business competition practices have become more evident. This study employs a qualitative approach with a descriptive-analytical method, examining the relevant regulations, including Law No. 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. The findings indicate that although regulations are in place, their implementation on digital platforms still faces various obstacles, such as weak supervision and difficulties in law enforcement. This study recommends enhancing oversight, providing education for UMKM, and simplifying legal procedures to strengthen the protection of MSMEs against predatory pricing in the digital era.*

Keywords: *legal protection, predatory pricing, social commerce*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap praktik *predatory pricing* di *social commerce*, dengan fokus pada platform TikTok di Indonesia. *Predatory pricing* merupakan strategi menjual barang dengan harga sangat rendah untuk mengeliminasi pesaing, yang dapat mengancam kelangsungan UMKM dalam persaingan digital. Seiring meningkatnya digitalisasi UMKM dan penggunaan platform *e-commerce*, tantangan terhadap praktik persaingan usaha yang tidak sehat semakin nyata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis, mengkaji regulasi yang berlaku, termasuk Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah ada, pelaksanaannya di platform digital masih menghadapi berbagai hambatan, seperti lemahnya pengawasan dan kesulitan dalam penegakan hukum. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan pengawasan, edukasi kepada UMKM, serta penyederhanaan prosedur hukum untuk memperkuat perlindungan UMKM dari praktik *predatory pricing* di era digital.

Kata kunci: *perlindungan hukum, predatory pricing, social commerce*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan zaman dalam kehidupan manusia merupakan hal yang tidak mungkin dapat dielakkan. Seperti halnya perkembangan teknologi, di satu sisi perkembangan teknologi membawa dampak yang signifikan bagi lingkup kehidupan manusia. Di sisi lain, teknologi juga berdampak negatif apabila dalam penggunaannya tidak digunakan secara bijak (Bishop et al., 2023). Perkembangan teknologi tersebut juga mencakup digitalisasi ekonomi. Salah satu diantaranya adalah proses jual-beli yang pada mulanya transaksi didalamnya bersifat konvensional, dengan adanya teknologi, proses jual-beli tersebut dapat dilaksanakan serta diakses melalui transaksi pasar secara *online* (Rezki et al., 2023). Dampak adanya digitalisasi ekonomi dewasa ini juga disertai dengan adanya *lifestyle* atau sering disebut sebagai gaya hidup

masyarakat berubah. Dimana masyarakat menjadi lebih peka terhadap adanya perubahan termasuk didalamnya menuntut kalangan pelaku ekonomi semakin kreatif, aktif dan produktif, salah satu yang mendorong perkembangan ekonomi baru atau yang lebih terkenal dengan sebutan ekonomi atau industri kreatif (Mottaeva et al., 2023).

Ekonomi kreatif atau yang biasa disebut sebagai industri kreatif dalam perkembangannya tidak jarang menggunakan media internet. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada kurun waktu 2019-2020, tercatat bahwa 73,7% atau kurang lebih 197,7 juta orang dari populasi masyarakat Indonesia telah menggunakan internet. Adanya peningkatan akses terhadap internet tersebut secara langsung juga berdampak terhadap jangkauan kemudahan bagi para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonomi mereka (Dara et al., 2022). Tidak luput dari perhatian bersama adalah pelaku usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang juga ikut merambah ekonomi digital. Pada umumnya UMKM dalam melaksanakan kegiatan ekonominya juga memanfaatkan jaringan internet untuk menarik calon konsumennya secara *online* melalui platform digital. Hal ini juga menggerakkan digitalisasi dan mempermudah pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan yang pada mulanya proses transaksi secara konvensional yang bergeser kepada transaksi digital. Disamping itu dengan adanya pergeseran paradigma transaksi konvensional kepada transaksi digital, pelaku UMKM juga harus membekali diri dalam keterampilan olah digital internet dengan tujuan untuk mempertahankan eksistensinya dalam persaingan usaha (Cinintya Pratama et al., 2023).

UMKM di Indonesia juga mengalami transformasi yang cukup signifikan melalui digitalisasi ekonomi seperti halnya platform *social commerce*, salah satunya pada platform TikTok. Perkembangan teknologi serta peningkatan jumlah pengguna telah menciptakan peluang besar bagi UMKM untuk dapat mengakses pasar yang lebih luas serta beragam (Dwiparma et al., 2022). TikTok sendiri merupakan salah satu platform media sosial yang cukup di kenal oleh masyarakat, tidak hanya sebatas berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat promosi dan pemasaran serta penjualan produk. Melalui fitur-fitur interaktif serta kreatif yang disediakan oleh TikTok, mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan video pendek sebagai sarana mempromosikan produk secara menarik dan menjangkau konsumen secara luas. Dalam pelaksanaannya, platform TikToks sebagai *social ecommerce*, tidak menutup kemungkinan terjadi adanya praktik *predatory pricing* yang pada umumnya strategi tersebut dipakai oleh Perusahaan besar untuk menghancurkan persaingan dari pelaku UMKM hingga menyebabkan sulitnya bersaing dalam hal penetapan harga yang rendah (Putri, 2021).

Hukum positif Indonesia telah berupaya mengakomodasi perlindungan UMKM terhadap praktik *predatory pricing* di *social commerce* melalui beberapa undang-undang dan peraturan. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat secara tegas melarang pelaku usaha untuk menetapkan harga yang sangat rendah dengan tujuan menyingkirkan atau mematikan pesaing dan secara langsung melindungi UMKM dari ancaman perusahaan besar yang melakukan praktik *predatory pricing* (Prahmana & Wiradiputra, 2022). Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur pelarangan jual rugi untuk memastikan persaingan usaha tetap sehat dan adil. Selain itu, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM memberikan landasan hukum yang kuat untuk mendukung dan melindungi UMKM dalam iklim bisnis yang dinamis dan kompetitif, termasuk dalam *social e-commerce*.

Akan tetapi dalam praktik penegakan hukum terhadap *predatory pricing* di *social commerce* masih menghadapi berbagai problematika dan dinamika. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pengawasan yang efektif dan keterbatasan sumber daya untuk memonitor aktivitas perdagangan di platform digital seperti TikTok. Sifat transaksi yang cepat dan masif di *social commerce* membuat identifikasi dan penindakan terhadap pelanggaran menjadi rumit dan kompleks (Biantara et al., 2022). Hal tersebut terdapat kesenjangan dalam pemahaman dan kesadaran pelaku usaha kecil terhadap hak-hak dan mekanisme perlindungan yang tersedia. Penegakan hukum juga sering terhambat oleh birokrasi yang rumit dan kurangnya koordinasi antar lembaga terkait. Oleh karena itu, meskipun regulasi sudah ada maka implementasi dan efektivitasnya di lapangan memerlukan perbaikan signifikan melalui peningkatan kapasitas pengawasan, edukasi bagi pelaku UMKM serta penyederhanaan prosedur hukum untuk memastikan perlindungan yang maksimal terhadap UMKM dari praktik *predatory pricing* di *social commerce*.

2. METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini adalah yuridis normatif. Pada penelitian ini, pendekatan yuridis normatif didasarkan pada pertimbangan bahwa untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan perlu dengan menganalisis data sekunder yaitu dari sumber pustaka, berupa peraturan perundang-undangan dan sumber lain yang sah, yaitu terkait perlindungan UMKM terhadap *predatory pricing* di *social commerce* (Riyanto, 2022).

Spesifikasi penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif analitis yaitu mendeskripsikan tentang permasalahan yang ada sekarang dengan data-data yang ada. Selanjutnya disajikan, dianalisis serta menginterpretasikan terkait perlindungan UMKM terhadap *predatory pricing* di *social commerce*.

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah data sekunder atau data kepustakaan berupa bahan-bahan hukum. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini antara lain bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat dan terdiri dari norma atau kaidah dasar seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta Peraturan perundang-undangan di bawahnya (Irfanudin et al., 2022). Adapun Bahan hukum sekunder adalah bahan yang menjelaskan bahan hukum primer seperti buku-buku, jurnal serta pendapat pakar ahli yang memiliki kaitan dengan permasalahan dalam penelitian. Sedangkan Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang menjadi pelengkap dan memberi penjelasan dan petunjuk tambahan dari bahan hukum primer dan skunder. Bahan hukum ini terdiri dari kamus hukum, ensiklopedia, majalah dan surat kabar.

Dalam melakukan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif. Temuan dari penelitian ini akan disajikan secara deskriptif, yaitu hasil yang diperoleh akan dipaparkan dengan cermat sesuai dengan realitas atau keadaan sebenarnya sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Pendekatan deskriptif memungkinkan penyampaian temuan dengan jelas dan tidak mengubah esensi dari apa yang telah diamati dalam penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hukum Positif Indonesia Dalam Mengakomodasi Perlindungan UMKM Terhadap *Predatory Pricing* di *Social Commerce*

Perkembangan UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit (*UMKM Berkelanjutan Kunci Masa Depan Ekonomi Indonesia | Republika Online*, n.d.). Oleh karena itu bentuk kerjasama untuk pengembangan dan ketahanan UMKM perlu diutamakan.

Dukungan regulasi mulai diberikan lebih serius terutama dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Undang-undang ini memberikan berbagai bentuk perlindungan dan pemberdayaan kepada UMKM, seperti

akses terhadap sumber daya, pembiayaan, pelatihan dan pemasaran. Pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan melalui kebijakan dan program yang memfasilitasi akses UMKM terhadap teknologi, informasi pasar serta peningkatan kualitas produk. Selain itu undang-undang ini juga mengamanatkan perlindungan hukum bagi UMKM dari praktik-praktik yang merugikan termasuk dalam persaingan usaha. Undang-undang ini juga mengatur kemitraan antara UMKM dengan usaha besar, BUMN dan koperasi untuk memastikan bahwa UMKM memiliki akses pasar yang lebih luas dan teknologi yang lebih maju. Kemitraan ini bertujuan untuk menciptakan sinergi yang menguntungkan bagi kedua belah pihak dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Undang-undang tersebut juga mendorong pemerintah untuk aktif dalam pembinaan dan pengembangan UMKM melalui program pelatihan dan pendampingan komprehensif.

Perubahan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang merupakan tindak lanjut dari Perpu Cipta Kerja yang mengakomodasi perkembangan dan dinamika perekonomian nasional. Perubahan ini mencakup berbagai aspek bertujuan untuk lebih menguatkan perlindungan dan pemberdayaan UMKM terutama dalam menghadapi era digitalisasi dan meningkatnya persaingan di platform *e-commerce*. Undang-undang ini memberikan regulasi lebih ketat terhadap praktik *predatory pricing* dengan pengawasan dan sanksi tegas bagi pelaku usaha besar yang merugikan UMKM. Selain itu, Undang-undang ini juga menekankan pentingnya akses UMKM terhadap teknologi dan inovasi. Pemerintah diharapkan untuk menyediakan dukungan dalam bentuk fasilitas penelitian dan pengembangan serta pelatihan teknologi sehingga UMKM dapat mengadopsi teknologi baru dan meningkatkan kualitas produk. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif dan kompetitif untuk UMKM dapat berkembang dan bersaing di pasar. Dengan demikian Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang mencerminkan komitmen pemerintah Indonesia dalam mendukung dan melindungi UMKM sebagai pilar utama perekonomian nasional.

Era digital dan *social commerce* membuat *predatory pricing* semakin umum. Platform seperti *TikTok shop* menjadikan perusahaan besar untuk melakukan penjualan produk dengan harga sangat rendah, menggunakan skala ekonomi dan promosi secara besar untuk menarik pelanggan dari upaya strategi marketing yang diterapkan. Konsumen sering kali tertarik oleh

diskon besar dan penawaran menarik sehingga dapat meningkatkan dengan harga rendah dan menghadapi risiko kehilangan pangsa pasar dan potensi bangkrut.

Predatory pricing pada TikTok Shop merupakan fenomena yang semakin mencuat seiring dengan popularitas platform *social commerce* ini. *TikTok Shop* memfasilitasi penjualan produk secara langsung melalui platform menjadikan pelaku usaha besar untuk menawarkan harga yang sangat rendah melalui berbagai promosi dan diskon besar-besaran. Strategi tersebut meskipun menguntungkan konsumen dalam jangka pendek dapat menimbulkan ancaman serius bagi UMKM yang tidak mampu bersaing dengan harga di bawah produksi.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memainkan peran krusial dalam mengatasi masalah predatory pricing ini. Pasal 20 undang-undang tersebut secara khusus melarang penjualan barang atau jasa dengan harga sangat rendah dengan tujuan untuk mengeliminasi pesaing. Penegakan hukum terhadap pelanggaran ini sangat penting untuk memastikan persaingan yang adil dan melindungi UMKM dari praktik bisnis yang tidak etis. Perlindungan hukum yang kuat dan pengawasan ketat dari pihak berwenang dibutuhkan agar pasar tetap kompetitif dan inklusif serta memberikan peluang secara adil bagi pelaku usaha secara keseluruhan termasuk UMKM.

Peraturan pemerintah seperti Permendag Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik juga berperan dalam mengatasi permasalahan praktik predatory pricing, peraturan ini memperkenalkan aturan yang lebih ketat dibandingkan dengan regulasi sebelumnya, termasuk larangan bagi *social commerce* untuk memfasilitasi transaksi pembayaran langsung di platformnya dan menetapkan harga minimum untuk barang luar negeri. Langkah ini bertujuan untuk mencegah penyalahgunaan kekuatan pasar oleh pelaku usaha besar dan memastikan UMKM mendapatkan perlindungan yang memadai.

Peran pemerintah dalam mengatasi praktik *predatory pricing* sangat krusial, terutama dalam melindungi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di era digitalisasi dan *e-commerce*. Pemerintah Indonesia telah mengimplementasikan berbagai regulasi untuk melindungi UMKM dari praktik-praktik bisnis yang merugikan seperti predatory pricing yang dilakukan oleh pelaku usaha besar. Dengan adanya implementasi dan pengawasan dari berbagai regulasi ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan usaha yang lebih adil dan kompetitif dapat menjaga keberlanjutan dan keseimbangan pasar serta mendukung perkembangan UMKM sebagai salah satu pilar utama perekonomian nasional.

Problematika dan Dinamika Penegakan Hukum Terhadap Predatory Pricing di Social Commerce

Proses penegakan hukum terhadap perilaku *predatory pricing* di Indonesia dimulai dengan identifikasi dan pelaporan dugaan pelanggaran. Pengguna atau pelaku usaha yang merasa dirugikan dapat melaporkan aktivitas *predatory pricing* kepada otoritas yang berwenang seperti komisi pengawas persaingan usaha (KPPU). Jika terbukti maka KPPU akan mengajukan kasus ini ke pengadilan. Peran pengadilan pada kasus *predatory pricing* akan melalui proses persidangan di mana kedua belah pihak yaitu KPPU dan pelaku usaha sebagai penuduhan akan memberikan bukti argumen. Hakim akan menilai bukti-bukti yang ada dan memutuskan apakah pelaku usaha tersebut bersalah atau tidak. Jika terbukti bersalah, pelaku usaha dapat dikenakan sanksi administratif berupa denda yang signifikan atau sanksi pidana sesuai dengan peraturan yang berlaku. Selain itu keputusan pengadilan juga dapat mencakup perintah untuk menghentikan praktik *predatory pricing* dan melakukan tindakan perbaikan untuk mengembalikan kondisi persaingan untuk menciptakan kondusifitas pasar.

Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga juga perlu mengambil andil dalam menghadapi praktik *predatory pricing* yang semakin ramai. Dengan tugas utama yaitu penyusunan norma, perumusan serta pelaksanaan kebijakan pada bidang pemberdayaan konsumen, standarisasi perdagangan, pengawasan kegiatan perdagangan serta pengawasan barang beredar dan/atau jasa, tentu dapat mempermudah dalam penanganan mengurangi kasus *predatory pricing*. Selain itu Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga juga memiliki tugas dalam Pemberian bimbingan teknis, supervisi serta pelaksanaan evaluasi dan pelaporan dibidang pemberdayaan konsumen. Tentu dengan adanya fungsi dan tugas ini diharapkan Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga dapat meminimalisi praktik *predatory pricing*.

Implementasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang telah disusun untuk mengatur dan mengawasi perdagangan di platform digital, masih sering menghadapi berbagai hambatan yang mengurangi efektivitas penegakan hukum terhadap praktik *predatory pricing*. Salah satu hambatan utama adalah kesulitan dalam pengumpulan bukti yang kuat. *Predatory pricing* sering kali tersembunyi dalam strategi harga perusahaan dan sulit dibuktikan secara langsung bahwa harga yang sangat rendah bertujuan untuk mengeliminasi pesaing. Perusahaan yang diduga melakukan *predatory pricing* sering kali memiliki sumber daya yang cukup untuk

menyembunyikan motif sebenarnya membuat investigasi menjadi lebih kompleks dan memakan waktu.

Selain itu keterbatasan sumber daya di KPPU menjadi hambatan yang krusial. KPPU memerlukan tenaga ahli dan teknologi canggih untuk melakukan analisis mendalam terhadap data harga dan perilaku pasar sulit diperoleh. Kekurangan tenaga ahli yang berkompeten dalam bidang ekonomi digital dan analisis data membuat proses penyelidikan menjadi kurang optimal. Selain itu koordinasi antara KPPU dan lembaga terkait lainnya juga masih perlu ditingkatkan untuk memastikan bahwa penegakan hukum dapat berjalan secara efektif dan efisien. Hambatan-hambatan ini menunjukkan perlunya reformasi dan peningkatan kapasitas dalam penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia.

Fenomena seperti *flash sale* yang menawarkan harga sangat rendah dalam waktu singkat sering kali menyerupai *predatory pricing* dan sulit dibedakan dari strategi pemasaran secara sah. Perusahaan besar dengan sumber daya melimpah dapat menggunakan strategi ini untuk menurunkan harga secara signifikan dalam waktu singkat bertujuan untuk mengeliminasi pesaing yang lebih kecil. Ketika pesaing tersebut tidak mampu bertahan, perusahaan besar dapat kembali menaikkan harga untuk memulihkan keuntungan. *Flash sale* sering kali dianggap sebagai taktik pemasaran normal, namun dalam kasus tertentu dapat digunakan sebagai alat untuk mendominasi pasar secara tidak adil.

Platform *social commerce* sering kali kurang transparan dalam pengungkapan struktur biaya dan harga kepada konsumen. Hal ini mempersulit upaya penegakan hukum karena otoritas tidak memiliki akses yang memadai. Dengan demikian untuk menghadapi tantangan ini diperlukan peningkatan kapasitas dan kolaborasi antara pemerintah, platform digital dan ahli teknologi. Edukasi kepada konsumen dan pelaku usaha tentang dampak negatif predatory pricing juga penting untuk menciptakan kesadaran dan dukungan terhadap penegakan hukum lebih efektif.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hukum positif Indonesia belum sepenuhnya efektif dalam melindungi UMKM dari praktik predatory pricing di social commerce. Penegakan hukum dan regulasi yang ada masih perlu diperkuat dan disesuaikan untuk menangani tantangan digital dan memastikan perlindungan yang memadai bagi perilaku UMKM.

Penegakan hukum terhadap predatory pricing di social commerce Indonesia menghadapi tantangan seperti kesulitan pembuktian dan keterbatasan pengawasan. Meskipun ada regulasi yang relevan, efektivitasnya masih diragukan. Kolaborasi antara pemerintah, platform digital dan pemangku kepentingan serta reformasi dalam penegakan hukum perlu menciptakan pasar yang adil.

DAFTAR REFERENSI

- Biantara, D., Margaretha, V., Lesmana, I., & Regulator..., A. P. (2022). ANALISIS PERAN REGULATOR DAN ASPEK BIAYA DALAM PENCEGAHAN PRAKTIK PREDATORY PRICING DI ECOMMERCE INDONESIA. *Indonesian Journal of Accounting and Governance*, 6(1), 72–88. <https://doi.org/10.36766/TF881D52>
- Bishop, M., Burgess, R., & Zipfel, C. (2023). Technology and Development. In *Introduction to Development Engineering* (pp. 17–57). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-86065-3_2
- Cinintya Pratama, B., Nurul Innayah, M., Furqon, M., Muhammadiyah, U., & Corresponding, P. (2023). Improving MSMEs' Networking through Digital Marketing: The Role of Copywriting. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(3), 673–680. <https://doi.org/10.55927/IJBA.V3I3.4588>
- Dara, S. R., Mariah, & Meliana, V. (2022). Pentingnya Membangun Ekonomi Kreatif di Era Pandemi. *ABDIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 28–30. <https://doi.org/10.53008/ABDIMAS.V3I1.226>
- Dwiparma, A., Harahap, R. H., & Kusmanto, H. (2022). Penggunaan Media Sosial Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *PERSPEKTIF*, 11(4), 1511–1518. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i4.7479>
- Irfanudin, F., Ramadhan, C. S., Arifandi, D., Fakultas, A., Islam, U., & Muhammadiyah, Y. (2022). Monopoly in the Perspective of Islamic and Conventional Law. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 59–66. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V8I1.3687>
- Mottaeva, A., Khussainova, Z., & Gordeyeva, Y. (2023). Impact of the digital economy on the development of economic systems. *E3S Web of Conferences*, 381. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338102011>
- Prahmana, V. D., & Wiradiputra, D. (2022). PREDATORY PRICING DALAM E-COMMERCE MENURUT PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(3), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/JISIP.V6I3.3277>
- Putri, R. P. (2021). Tiktok as an Online Learning Media During a Pandemic. *Proceedings of the 6th International Conference on Education & Social Sciences (ICESS 2021)*, 578, 282–287. <https://doi.org/10.2991/ASSEHR.K.210918.052>
- Rezki, R., Rizki Febriadi, S., Yusup Prodi Hukum Ekonomi Syariah, A., Syariah, F., & Islam Bandung, U. (2023). Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Praktik Pengembalian Barang

dalam Sistem Jual Beli Online di Platform Lazada. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 3(1), 110–115. <https://doi.org/10.29313/BCSSEL.V3I1.5326>

Riyanto, D. (2022). Juridical Analysis of the Development of Copyright Law in Relation to Legal Purposes. *International Journal of Social Science And Human Research*, 05(01). <https://doi.org/10.47191/IJSSHR/V5-I1-43>

UMKM Berkelanjutan Kunci Masa Depan Ekonomi Indonesia | *Republika Online*. (n.d.). Retrieved May 25, 2025, from <https://analisis.republika.co.id/berita/sqo3ff377/umkm-berkelanjutan-kunci-masa-depan-ekonomi-indonesia-part2>