

Fenomena Predatory Pricing sebagai Praktik Monopoli Perdagangan Social Marketplace di TikTok Shop Indonesia

Naila Marom Salsabila¹, Yeremia Luckyano²

¹²Magister Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

e- mail: nailaamsalsabila@gmail.com

Abstrak

Keunggulan harga pasar yang rendah dari kemunculan Tiktok Shop memberikan peluang baru dan kemudahan konsumen untuk berbelanja di media sosial berbasis e-commerce. Inovasi tersebut nyatanya hadir dengan ancaman mengenai praktik persaingan usaha hingga monopoli yang menguasai ekosistem digital terhadap usaha mikro kecil lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ancaman predatory pricing dari TikTok Shop terhadap ketimpangan pelaku usaha di luar TikTok Shop hingga kerugian konsumen. Metode yang digunakan adalah studi pustaka berindeks Scopus berjumlah 100 artikel ilmiah dalam kurun waktu 2020 - 2025. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat praktik monopoli predatory pricing melalui strategi penetapan harga terendah dari platform e-commerce lain. TikTok Shop juga rela menanggung kerugian sementara untuk meningkatkan traffic minat belanja konsumen. Jika dilakukan terus menerus maka berpotensi merugikan ekosistem bisnis digital dengan mengalahkan kompetitor lain bahkan berpeluang penetapan harga tinggi kepada konsumen secara jangka panjang. Solusi dari permasalahan tersebut membutuhkan ketegasan peran pemerintah melalui regulasi pengaturan dan perlindungan monopoli perdagangan digital. Penelitian ini memberikan rekomendasi penelitian selanjutnya untuk eksplorasi pendekatan penelitian secara empiris berjangka panjang terhadap keberlangsungan usaha mikro kecil di Indonesia secara kontekstual, terutama kerugian ekosistem bisnis digital dari aktivitas predatory pricing.

Kata Kunci: TikTok Shop, Predatory Pricing, E-commerce, Monopoli Perdagangan

Abstract

The low-market price advantage of the emergence of TikTok Shop provides new opportunities and convenience for consumers to shop on e-commerce-based social media. This innovation comes with threats regarding business competition practices to monopolies that dominate the digital ecosystem for other micro and small businesses. This study aims to analyze the threat of predatory pricing from TikTok Shop against the inequality of business actors outside TikTok Shop to consumer losses. The method used is a Scopus indexed literature study of 100 scientific articles in the period 2020 - 2025. The results of the study explain that there are predatory pricing monopoly practices through the lowest price setting strategy from other e-commerce platforms. TikTok Shop is also willing to bear temporary losses to increase consumer shopping interest traffic. If done continuously, it has the potential to harm the digital business ecosystem by beating other competitors and can set high prices for consumers in the long term. The solution to this problem requires a firm role for the government through regulations on the regulation and protection of digital trade monopolies. This study provides recommendations for further research to explore long-term empirical research approaches to the sustainability of micro and small businesses in Indonesia contextually, especially the losses of the digital business ecosystem from predatory pricing activities.

Keyword: TikTok Shop, Predatory Pricing, E-commerce, Trade Monopoly