

Analisis Hukum Persaingan Usaha di Pasar Tradisional Tanah Abang dengan Pasar Digital Platform Tiktokshop

Hilma Harmen¹, Dina Aulia², Marsela Natalie Hutape³, Nadya Viska Harahap⁴, Najwa Aulia Putri Hasibuan⁵, Zsevt Samuel⁶

Universitas Negeri Medan

E-mail: hilmaharmen@unimed.ac.id¹, auliadina2305@gmail.com², marselanatalie@gmail.com³, nadyaviskahrp@gmail.com⁴, najwaauliaputri2805@gmail.com⁵, zsevtasamuel@gmail.com⁶

Article History:

Received: 21 November 2024

Revised: 04 Desember 2024

Accepted: 07 Desember 2024

Keywords:

Persaingan Usaha, Pasar Tradisional, Tiktok Shop, Regulasi, Hukum Persaingan.

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika persaingan antara pasar tradisional Tanah Abang dan platform digital TikTok Shop dalam konteks hukum persaingan usaha di Indonesia. Persaingan usaha antara pasar tradisional Tanah Abang dan platform digital seperti TikTok Shop menunjukkan dinamika yang signifikan akibat perubahan preferensi konsumen yang semakin condong ke belanja online. Meskipun keduanya diatur oleh undang-undang yang sama terkait larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, ada perbedaan mendasar dalam bentuk persaingan dan penerapan sanksi. Pasar tradisional mengandalkan interaksi langsung dan hubungan personal antara pedagang dan pembeli, sementara TikTok Shop memanfaatkan teknologi dan algoritma untuk meningkatkan jangkauan pasar dan promosi produk. Pelanggaran persaingan usaha di pasar tradisional lebih sering terjadi dalam bentuk manipulasi harga dan kartel, sedangkan di TikTok Shop, pelanggaran terkait dengan penyalahgunaan algoritma dan iklan berbayar yang tidak adil. Penegakan hukum yang ketat dan pengawasan yang lebih kuat diperlukan untuk menjaga persaingan yang sehat di kedua pasar ini, melindungi konsumen, serta mendukung pelaku usaha kecil dan menengah agar dapat berkompetisi secara adil dalam era digitalisasi yang terus berkembang.

PENDAHULUAN

Pasar tradisional Tanah Abang telah lama menjadi pusat perdagangan yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya bagi para pedagang kecil dan menengah. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi dan digitalisasi telah memperkenalkan tantangan baru bagi pasar tradisional ini. Salah satu fenomena yang muncul adalah meningkatnya persaingan dari platform digital seperti TikTok Shop. Platform ini memungkinkan transaksi jual beli secara cepat dan efisien, yang menarik minat konsumen modern dan merubah pola belanja masyarakat (Yudhistira, 2023). Namun, persaingan yang

semakin sengit antara pasar tradisional dan platform digital ini memunculkan kekhawatiran mengenai potensi pelanggaran hukum persaingan usaha.

Salah satu isu utama yang muncul adalah praktik-praktik yang dianggap tidak adil, seperti penetapan harga yang lebih rendah dan akses promosi yang lebih luas oleh platform digital, yang tidak dapat ditandingi oleh para pedagang di pasar tradisional (Hadi & Syahrizal, 2022). Praktik ini menciptakan situasi di mana pedagang tradisional mengalami kerugian ekonomi yang signifikan. Selain itu, banyak pihak menyoroti adanya pelanggaran aturan yang terkait dengan monopoli dan praktik bisnis yang tidak sehat yang dapat merugikan konsumen dan pelaku usaha kecil (Putri, 2023).

Kondisi ini semakin kompleks ketika regulasi yang ada belum sepenuhnya mengatur aktivitas perdagangan di platform digital seperti TikTok Shop. Kelemahan dalam pengawasan dan regulasi ini memberikan celah bagi platform digital untuk memanfaatkan posisi dominannya di pasar, sehingga berdampak buruk pada persaingan usaha secara keseluruhan (Santoso, 2023). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji aspek-aspek hukum yang berkaitan dengan persaingan usaha antara pasar tradisional Tanah Abang dan pasar digital, serta dampak dari pelanggaran tersebut terhadap para pedagang kecil, konsumen, dan dinamika ekonomi nasional secara umum.

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memainkan peran penting dalam menciptakan iklim usaha yang lebih sehat dibandingkan masa sebelum undang-undang ini diterapkan. UU ini bertujuan untuk melarang praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat guna mewujudkan ekonomi yang efisien, kuat, dan bebas dari distorsi pasar. Tujuan utama UU ini adalah menjaga persaingan antar pelaku usaha agar tetap sehat dan kompetitif.

Regulasi terkait diatur dalam Keputusan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern atau online shop. Pedagang yang merasa dirugikan oleh praktik monopoli atau dominasi pasar dapat melaporkannya ke KPPU, sebagaimana diatur dalam Pasal 15 dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 8 Tahun 2008 Pasal 18-20 tentang pedoman penataan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern. Revitalisasi dan modernisasi pasar tradisional serta penggunaan teknologi informasi untuk usaha kecil sangat penting.

Sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar UU No. 5 Tahun 1999 meliputi sanksi administratif dan pidana, baik pokok maupun tambahan. Pada 17 April 2021, TikTok Indonesia meluncurkan TikTok Shop, sebuah platform social commerce yang memberikan pengalaman belanja yang mudah dan menyenangkan bagi penjual, pembeli, dan kreator. TikTok Shop memungkinkan brand untuk berjualan langsung melalui aplikasi TikTok tanpa memerlukan aplikasi lain. Fitur ini membantu brand dan penjual mengembangkan bisnis melalui konten video pendek dan fitur live shopping dari akun TikTok bisnis mereka.

LANDASAN TEORI

Pengertian Persaingan Pasar

Persaingan pasar adalah kondisi di mana pelaku usaha bersaing untuk menarik konsumen dengan menawarkan produk atau jasa yang lebih unggul, baik dari segi kualitas maupun harga. Dalam era digital, pola persaingan ini mengalami perubahan signifikan, terutama karena peran teknologi seperti algoritma dan big data yang memberikan keuntungan kompetitif bagi pelaku usaha besar di pasar digital (Yudhistira, 2023).

Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah lokasi fisik di mana kegiatan jual beli berlangsung secara

langsung antara pedagang dan konsumen. Pasar ini menjadi pusat ekonomi lokal yang mendukung masyarakat kecil dan menengah. Meskipun memiliki keunggulan dalam interaksi sosial dan fleksibilitas harga, pasar tradisional saat ini menghadapi tantangan besar dari kemajuan teknologi digital yang mengubah perilaku konsumen (Heriani, 2021).

Pasar Tanah Abang memiliki ciri khas sebagai pusat perdagangan tekstil terbesar di Asia Tenggara. Dikenal dengan keragaman produknya, pasar ini menawarkan berbagai jenis kain, pakaian jadi, dan aksesoris dengan harga grosir yang kompetitif. Aktivitas di Tanah Abang sangat dinamis, dengan transaksi yang didominasi oleh pedagang grosir dari seluruh Indonesia bahkan mancanegara. Selain itu, lokasi strategis di pusat Jakarta serta fasilitas yang terus diperbarui menjadikan Tanah Abang tetap relevan sebagai pusat ekonomi tradisional. Sistem tawar-menawar yang khas dan interaksi langsung antara pedagang dan pembeli juga menjadi daya tarik utama pasar ini (Heriani, 2021; Erilia, 2023).

Pengertian Pasar Digital

Pasar digital merujuk pada ruang perdagangan yang memanfaatkan teknologi berbasis internet untuk menjual barang dan jasa secara daring. Contohnya, TikTok Shop memungkinkan transaksi berbasis algoritma yang mempersonalisasi pengalaman konsumen. Dengan kemampuan menjangkau pasar yang luas, pasar digital memberikan efisiensi tinggi, namun juga menghadirkan tantangan persaingan yang tidak seimbang dengan pelaku usaha tradisional (Erilia, 2023).

Definisi/Pengertian Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat merujuk pada praktik-praktik dalam dunia bisnis yang melanggar prinsip persaingan yang adil dan merugikan pelaku usaha lainnya. Hal ini mencakup berbagai tindakan seperti kartel, monopoli, dan manipulasi harga yang bertujuan untuk menghilangkan atau mengurangi daya saing lawan bisnis secara tidak sah (Nugraha, 2021). Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, setiap bentuk persaingan yang merugikan pelaku usaha lain dan menghambat proses pasar yang sehat dapat dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat (Suryono, 2022).

Peranan Pasar Tradisional dalam Jual Beli

Pasar tradisional memegang peranan penting dalam sistem perekonomian Indonesia. Selain menyediakan barang dan jasa dengan harga terjangkau, pasar tradisional juga menjadi sumber mata pencaharian bagi banyak pedagang kecil dan menengah. Pasar ini menjadi tempat interaksi langsung antara penjual dan pembeli, yang memungkinkan terjalinnya hubungan sosial dan ekonomi yang kuat (Hakim, 2023). Keberadaan pasar tradisional juga membantu menjaga kestabilan harga di masyarakat dan menjadi sarana distribusi produk-produk lokal yang berkontribusi pada ketahanan ekonomi daerah (Ramdani, 2023).

Pasar Tanah Abang memiliki karakteristik sebagai pusat tekstil dan pakaian grosir yang melayani berbagai kalangan, dari pedagang kecil hingga distributor besar. Pasar ini terkenal dengan kelengkapan produknya, mulai dari kain tradisional, pakaian modern, hingga aksesoris, yang dijual dengan harga grosir kompetitif. Selain itu, Tanah Abang merupakan salah satu ikon ekonomi Jakarta yang selalu ramai oleh aktivitas perdagangan, baik dari dalam maupun luar negeri. Struktur pasar yang terdiri dari beberapa blok dan pembagian zona berdasarkan jenis produk memudahkan pembeli untuk menemukan barang yang diinginkan. Interaksi sosial, seperti tawar-menawar, tetap menjadi elemen khas dalam transaksi di pasar ini, menjadikannya unik dibandingkan pasar modern atau digital (Yudhistira, 2023; Heriani, 2021).

Peranan TikTok dalam Jual Beli

Sebagai platform media sosial yang populer, telah mengembangkan fungsinya menjadi salah satu kanal e-commerce yang efektif melalui TikTok Shop. Platform ini menyediakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja secara langsung melalui konten video kreatif yang ditampilkan oleh penjual dan influencer (Wulandari, 2023). Hal ini tidak hanya mempercepat proses transaksi, tetapi juga memungkinkan promosi produk secara luas dan cepat. TikTok Shop menawarkan kemudahan akses dan pengalaman belanja yang inovatif, yang menarik minat generasi muda dan menciptakan tren baru dalam konsumsi (Pratama, 2023).

Pengaturan Persaingan Usaha di Indonesia

Pengaturan persaingan usaha di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini bertujuan untuk menjaga persaingan yang sehat di pasar dan mencegah praktik-praktik yang dapat merugikan konsumen maupun pelaku usaha lainnya. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) bertindak sebagai lembaga pengawas yang berwenang untuk menindak pelanggaran terhadap undang-undang ini (Siregar, 2022). Upaya untuk mengatur persaingan usaha juga melibatkan kerja sama dengan instansi pemerintah dan swasta dalam meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi, serta menyesuaikan regulasi dengan perkembangan teknologi dan pasar digital (Herlambang, 2023).

METODE PENELITIAN**Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis fenomena persaingan usaha antara pasar tradisional Tanah Abang dan pasar digital melalui platform TikTok Shop secara mendalam. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan dokumentasi dari sumber jurnal akademik serta berita-berita terkini yang relevan.

Sumber Data

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang sudah ada, bukan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti sendiri. Data ini biasanya sudah tersedia dalam bentuk publikasi, laporan, statistik, atau dokumen lain yang telah diterbitkan oleh pihak lain, seperti lembaga pemerintah, organisasi, perusahaan, atau peneliti lain.

- Studi literatur dari jurnal-jurnal ilmiah terkait hukum persaingan usaha dan pengaruh digitalisasi terhadap pasar tradisional.
- Berita-berita online yang membahas perkembangan pasar digital TikTok Shop dan dampaknya terhadap pasar fisik seperti Tanah Abang.

Teknik Pengumpulan Data

Studi Pustaka, Peneliti mengumpulkan dan menelaah artikel jurnal sebelumnya yang membahas regulasi hukum persaingan usaha, serta studi kasus serupa yang mengaitkan digitalisasi dengan pasar tradisional.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Persaingan Usaha di Pasar Tradisional dan Pasar Digital**

Persaingan usaha antara pasar tradisional dan pasar digital semakin menjadi fokus utama dalam studi hukum persaingan usaha di Indonesia, terutama dengan berkembangnya platform digital yang memfasilitasi konsumen untuk berbelanja secara online. Pasar tradisional, seperti Tanah Abang, mengandalkan interaksi langsung antara pedagang dan pembeli yang sering kali menciptakan hubungan personal dan komunikasi tatap muka. Di sisi lain, pasar digital seperti

TikTok Shop mengandalkan teknologi dan algoritma untuk mengoptimalkan pengalaman berbelanja bagi konsumen dan meningkatkan jangkauan pasar secara lebih luas (Yuliana, 2022).

Meskipun keduanya berada di bawah pengawasan hukum persaingan yang sama, perbedaan signifikan muncul dalam bentuk pelanggaran yang terjadi, misalnya manipulasi harga dan kartel yang lebih sering terjadi di pasar tradisional, sedangkan di pasar digital, pelanggaran lebih terkait dengan penyalahgunaan algoritma dan iklan berbayar yang tidak adil (Santoso, 2023). Oleh karena itu, diperlukan pengawasan yang lebih ketat untuk memastikan persaingan yang adil di kedua jenis pasar ini guna melindungi konsumen dan mendukung perkembangan pelaku usaha kecil dan menengah di era digital (Teguh, 2021)

.Bagaimana Terjadi Persaingan Usaha di Pasar Tradisional dan TikTok

Persaingan usaha di pasar tradisional seperti Tanah Abang dan platform digital seperti TikTok Shop terjadi karena perbedaan model bisnis dan kemampuan penetrasi pasar. Pasar tradisional mengandalkan interaksi langsung antara pedagang dan pembeli, serta harga yang sering kali dapat dinegosiasikan. Sementara itu, TikTok Shop memanfaatkan teknologi untuk menawarkan pengalaman belanja yang lebih interaktif dan menarik, dengan fitur siaran langsung, diskon besar-besaran, dan transaksi yang lebih cepat (Rahman, 2023). Kecepatan transaksi dan kemudahan akses di platform digital ini menarik banyak konsumen muda yang lebih memilih belanja online dibandingkan datang ke pasar fisik (Utomo, 2023). Akibatnya, pedagang di pasar tradisional harus bersaing dengan platform digital yang memiliki modal lebih besar dan jangkauan pasar yang lebih luas (Nugroho, 2023).

Bentuk-Bentuk Persaingan Usaha di Pasar Tradisional dan TikTok

Bentuk Persaingan di Pasar Tradisional Di pasar tradisional seperti Tanah Abang, persaingan usaha terjadi melalui strategi harga, kualitas produk, dan relasi personal antara pedagang dan konsumen. Pedagang sering kali bersaing dengan memberikan potongan harga langsung, pelayanan yang ramah, serta penawaran produk dengan kualitas yang lebih baik untuk menarik pelanggan (Hamdani, 2023). Di samping itu, adanya persaingan antarpedagang di lokasi yang sama menciptakan dinamika yang mendorong inovasi dan penyesuaian strategi penjualan (Wahyudi, 2023).

Sementara itu, di TikTok Shop, bentuk persaingan usaha melibatkan teknologi dan algoritma untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Persaingan di platform ini didorong oleh penggunaan fitur-fitur promosi seperti live streaming, flash sale, dan kolaborasi dengan influencer untuk menarik perhatian konsumen (Prasetyo, 2023). TikTok Shop juga memanfaatkan data analitik untuk menargetkan iklan kepada audiens yang spesifik, sehingga memungkinkan pedagang untuk lebih efektif dalam mempromosikan produk mereka (Suryana, 2023). Hal ini menciptakan persaingan yang lebih ketat karena pedagang kecil sering kali kesulitan menyaingi anggaran pemasaran besar yang dimiliki pemain utama di platform digital (Wijaya, 2023).

Perbandingan Bentuk Persaingan Perbandingan antara pasar tradisional dan TikTok Shop menunjukkan adanya perbedaan mendasar dalam bentuk persaingan. Di pasar tradisional, interaksi langsung dan kepercayaan konsumen menjadi faktor kunci, sementara di TikTok Shop, kecepatan, inovasi promosi, dan penggunaan teknologi menjadi penentu utama persaingan (Harsono, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa bentuk persaingan di platform digital lebih kompleks dan memerlukan pendekatan yang berbeda dibandingkan dengan pasar fisik (Rahmawati, 2023).

Sanksi Pelanggaran Terhadap Persaingan Usaha di Pasar Tradisional dan TikTok

- **Pasar Tradisional**

Di pasar tradisional, pelanggaran persaingan usaha sering terjadi melalui praktik seperti penetapan harga yang tidak wajar, kartel, atau penyalahgunaan posisi dominan oleh pedagang besar. Pelanggaran ini dapat dikenakan sanksi sesuai dengan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Berdasarkan undang-undang tersebut, pelanggaran dapat dikenakan sanksi administratif seperti denda, pembekuan izin usaha, atau tindakan lebih lanjut dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) seperti peringatan dan perintah untuk menghentikan praktik tersebut. KPPU memiliki kewenangan untuk mengusut dan menindak dugaan praktik anti-persaingan yang merugikan konsumen dan pasar, seperti penetapan harga secara ilegal dan pembatasan pasokan barang.

Pasar Tanah Abang memiliki karakteristik sebagai pusat tekstil dan pakaian grosir yang melayani berbagai kalangan, dari pedagang kecil hingga distributor besar. Pasar ini terkenal dengan kelengkapan produknya, mulai dari kain tradisional, pakaian modern, hingga aksesoris, yang dijual dengan harga grosir kompetitif. Selain itu, Tanah Abang merupakan salah satu ikon ekonomi Jakarta yang selalu ramai oleh aktivitas perdagangan, baik dari dalam maupun luar negeri. Struktur pasar yang terdiri dari beberapa blok dan pembagian zona berdasarkan jenis produk memudahkan pembeli untuk menemukan barang yang diinginkan.(Yudhistira, 2023; Heriani, 2021).

- **Pasar Digital TikTok**

Dalam konteks TikTok, yang beroperasi sebagai platform pasar digital (TikTok Shop), sanksi pelanggaran persaingan usaha lebih terkait dengan pelanggaran terhadap regulasi e-commerce dan penggunaan algoritma untuk memanipulasi hasil pencarian atau iklan berbayar secara tidak adil. Berdasarkan peraturan yang ada, seperti Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, pelanggaran terkait praktik tidak sehat atau penyalahgunaan teknologi dapat dikenakan sanksi administratif yang serupa dengan pasar tradisional, seperti denda atau pemblokiran akun pedagang yang terbukti melanggar. Selain itu, platform digital seperti TikTok juga harus mematuhi pedoman iklan yang tidak menyesatkan dan tidak merugikan konsumen, yang diawasi oleh badan regulator terkait, seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo).

Perbandingan Sanksi Pelanggaran Persaingan Usaha di Pasar Tradisional dan TikTok

Dalam perbandingan antara pasar tradisional dan TikTok, sanksi pelanggaran persaingan usaha tetap berakar pada prinsip yang sama, yaitu mencegah praktik anti-persaingan yang merugikan konsumen dan usaha yang adil. Namun, perbedaannya terletak pada cara penerapan dan jenis pelanggaran yang terjadi.

- **Pasar Tradisional** lebih banyak melibatkan pelanggaran yang bersifat fisik dan langsung terkait dengan harga dan distribusi produk, dengan pengawasan yang dilakukan oleh badan seperti KPPU. Proses penegakan hukum di pasar tradisional lebih sering melibatkan intervensi langsung terhadap pedagang atau pihak yang terlibat dalam persaingan yang tidak sehat, dengan sanksi seperti denda atau pembekuan izin usaha.
- **Pasar Digital TikTok**, di sisi lain, lebih kompleks karena melibatkan teknologi, algoritma, dan transaksi yang terjadi secara virtual. Di sini, pelanggaran bisa terkait dengan manipulasi algoritma atau iklan berbayar yang dapat memanipulasi harga atau posisi pasar dengan cara yang tidak adil. Sanksi terhadap pelanggaran di TikTok dapat

lebih bervariasi, termasuk denda, penghapusan akun, atau pembatasan fitur tertentu oleh platform.

Meskipun demikian, kedua pasar ini memiliki tujuan yang sama dalam menciptakan pasar yang lebih transparan dan adil bagi konsumen dan pelaku usaha. Penegakan hukum yang lebih ketat dan pengawasan yang lebih kuat di kedua pasar ini akan sangat penting untuk menjaga integritas pasar.

KESIMPULAN

Persaingan usaha antara pasar tradisional Tanah Abang dan platform digital TikTok Shop menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam dinamika dan bentuk persaingan. Pasar tradisional Tanah Abang, dengan interaksi langsung antara pedagang dan konsumen, mengandalkan faktor kepercayaan, kualitas produk, dan hubungan personal dalam persaingan. Di sisi lain, TikTok Shop memanfaatkan teknologi dan inovasi promosi yang canggih, seperti algoritma dan live streaming, untuk menjangkau konsumen dengan lebih efektif. Hal ini menciptakan tantangan baru bagi pasar tradisional, yang tidak memiliki akses ke sumber daya digital yang sama.

Dalam hal regulasi, keduanya diatur oleh undang-undang yang sama terkait larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, namun penerapannya berbeda. Pelanggaran di pasar tradisional lebih sering terjadi dalam bentuk manipulasi harga, kartel, dan penyalahgunaan posisi dominan yang dapat dikenakan sanksi seperti denda atau pembekuan izin usaha. Sementara itu, pelanggaran di TikTok Shop lebih sering terkait dengan penyalahgunaan teknologi, seperti manipulasi algoritma dan iklan berbayar yang tidak adil, yang dapat dikenakan sanksi administratif, mulai dari denda hingga pemblokiran akun.

Pentingnya penegakan hukum yang lebih ketat dan pengawasan yang lebih kuat di kedua pasar ini sangat diperlukan untuk menciptakan persaingan yang sehat dan adil. Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dan regulator lainnya harus ditingkatkan untuk memastikan bahwa baik pasar tradisional maupun pasar digital, seperti TikTok Shop, dapat beroperasi dengan transparansi, menghindari praktik monopoli, dan melindungi kepentingan konsumen serta pelaku usaha kecil dan menengah. Ke depannya, regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pasar sangat dibutuhkan untuk menjaga integritas pasar dan memastikan persaingan usaha yang sehat.

DAFTAR REFERENSI

- Hakim, M. (2023). Peranan Pasar Tradisional dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 123-134.
- Hadi, T., & Syahrizal, A. (2022). Praktik Persaingan Tidak Sehat di Pasar Digital dan Dampaknya Terhadap Pasar Tradisional. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 19(1), 45-59.
- Hamdani, R. (2023). Persaingan Usaha di Pasar Tradisional: Studi Kasus Tanah Abang. *Jurnal Ekonomi dan Perdagangan*, 17(3), 202-213.
- Herlambang, E. (2023). Regulasi dan Pengawasan Persaingan Usaha dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 10(1), 34-50.
- Nugraha, S. (2021). Persaingan Usaha Tidak Sehat di Pasar Tradisional: Perspektif Hukum Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum*, 16(4), 181-195.
- Nugroho, P. (2023). Tantangan Pasar Tradisional dalam Menghadapi Persaingan dengan Platform Digital. *Jurnal Ekonomi Digital*, 8(2), 102-112.

- Prasetyo, A. (2023). Strategi Persaingan di TikTok Shop: Pengaruh Algoritma dan Promosi Berbayar. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 14(2), 59-72.
- Pratama, I. (2023). TikTok Shop dan Perubahan Paradigma Belanja Online di Indonesia. *Jurnal E-commerce dan Digital Marketing*, 22(3), 123-134.
- Putri, L. (2023). Pelanggaran Praktik Monopoli di Pasar Digital: Kasus TikTok Shop. *Jurnal Hukum dan Ekonomi*, 20(1), 98-109.
- Rahmawati, D. (2023). Perbandingan Persaingan Usaha di Pasar Tradisional dan Platform Digital. *Jurnal Perdagangan dan Ekonomi Digital*, 15(2), 77-88.
- Rahman, T. (2023). Transformasi Pasar Tradisional dalam Era Digitalisasi: Dampak dan Peluang bagi Pedagang Kecil. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 11(4), 223-236.
- Ramdani, A. (2023). Keseimbangan Ekonomi dan Harga di Pasar Tradisional: Peran Pasar Lokal dalam Ketahanan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(1), 56-70.
- Siregar, P. (2022). Pengaturan Persaingan Usaha di Indonesia: Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). *Jurnal Hukum Bisnis*, 13(3), 125-140.
- Santoso, D. (2023). Dampak Digitalisasi terhadap Persaingan Usaha di Indonesia: TikTok Shop sebagai Studi Kasus. *Jurnal Perdagangan dan Teknologi*, 7(2), 55-68.
- Suryana, P. (2023). Persaingan Usaha di Platform Digital: Studi Kasus TikTok Shop dan Pengaruhnya Terhadap Pasar Tradisional. *Jurnal Hukum dan Teknologi Digital*, 12(1), 23-39.
- Suryono, A. (2022). Regulasi Persaingan Usaha di Indonesia: Implikasi Praktik Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat. *Jurnal Hukum dan Ekonomi*, 19(2), 101-115.
- Utomo, S. (2023). Pengaruh Teknologi dalam Mengubah Pola Belanja Konsumen Indonesia: Peran TikTok Shop. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 9(2), 140-151.
- Wahyudi, S. (2023). Strategi Persaingan di Pasar Tradisional: Studi Kasus Tanah Abang. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 16(4), 80-91.
- Wijaya, D. (2023). Tantangan yang Dihadapi Pedagang Kecil di Era E-commerce: Studi Kasus TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi Digital*, 10(2), 134-145.
- Wulandari, D. (2023). TikTok sebagai Platform E-commerce: Transformasi dalam Jual Beli Online. *Jurnal Media dan Teknologi*, 14(3), 45-59.
- Yuliana, R. (2022). Digitalisasi Pasar dan Tantangan bagi Pasar Tradisional. *Jurnal Hukum Bisnis dan Teknologi*, 20(2), 65-76.