

## The role of the business competition supervisory commission in response to allegations of predatory pricing practices in e-commerce

### Peran komisi pengawas persaingan usaha terhadap adanya dugaan praktik jual rugi pada e-commerce

Komaria Nur Aulia AP<sup>1\*</sup>, Al Qodar Purwo Sulistyo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Surabaya, Jalan Sutorejo No.59, Surabaya, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[komarianuraulia17@gmail.com](mailto:komarianuraulia17@gmail.com); <sup>2</sup>[alqodar@fh.um-surabaya.ac.id](mailto:alqodar@fh.um-surabaya.ac.id)

\*Corresponding Author: [komarianuraulia17@gmail.com](mailto:komarianuraulia17@gmail.com)

#### ABSTRACT

The presence of E-Commerce provides various conveniences, one of which is the ease of exporting and importing goods, as E-Commerce is a trade that has no geographical boundaries. However, because of this, there are allegations of predatory pricing practices in E-Commerce that have caught the attention of the government, as they can cause losses for other businesses and consumers. The allegations involve the discovery of imported products being sold at much lower prices than local products. Nevertheless, not all actions can be considered as prohibited predatory pricing practices, there is a need for advice or assessment to be conducted by the Business Competition Supervisory Commission (KPPU). This study utilizes normative juridical research. The result of this study is that predatory pricing practices are prohibited under Article 20 of Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition, where a matter can be considered a prohibited predatory pricing practice if it fulfills the elements stated in Article 20. In the case of allegations of predatory pricing practices in E-Commerce, The KPPU can also impose administrative sanctions on businesses proven to engage in prohibited predatory pricing practices under competition law.

**Keywords:** E-Commerce; Predatory Pricing; Business Competition Supervisory Commission (KPPU)

#### ABSTRAK

Hadirnya *E-Commerce* memberikan berbagai macam kemudahan salah satunya adalah kemudahan untuk mengeksport dan mengimpor barang, sebab *E-commerce* merupakan perdagangan yang tidak memiliki batas geografis. Namun, karna hal itu pula, ada dugaan praktik Jual Rugi (*Predatory Pricing*) di *E-commerce* dan menjadi sorotan Pemerintah sebab dapat menimbulkan kerugian untuk pelaku usaha lain maupun konsumen. Dugaan tersebut berupa ditemukannya produk-produk impor yang dijual dengan harga jauh lebih murah dari pada produk lokal. Tetapi meski begitu, tidak semua tindakan dapat dikatakan sebagai praktik *Predatory Pricing* yang dilarang, perlu adanya pembuktian atau pengkajian yang harus dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Penelitian ini menggunakan metode *yuridis normative*. Hasil dari penelitian ini adalah praktik *Predatory Pricing* dilarang dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dimana suatu hal dapat dikatakan praktik *Predatory Pricing* yang dilarang jika memenuhi unsur-unsur yang ada pada Pasal 20. Dalam hal adanya dugaan praktik *Predatory Pricing* di *E-Commerce*, KPPU akan melakukan penyelidikan dan pengujian terhadap laporan tersebut dengan menggunakan pendekatan *rule of reason*. KPPU juga dapat memberikan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang terbukti melakukan praktik *Predatory Pricing* yang dilarang dalam hukum persaingan usaha.

**Kata Kunci:** *E-Commerce*; Jual Rugi; Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

## 1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini sedang mengalami kemajuan yang signifikan, dan salah satu manfaatnya adalah kemudahan dalam melakukan transaksi perdagangan. Pada masa lalu transaksi dilakukan secara konvensional, tetapi sekarang orang dapat dengan mudah melakukan transaksi perdagangan secara online melalui platform digital *Electronic Commerce (E-Commerce)*. *E-Commerce* merupakan sebuah konsep inovatif yang dapat dijelaskan sebagai proses jual beli barang atau jasa melalui internet. Dengan hadirnya *E-Commerce* ini, orang-orang tidak perlu lagi melakukan pertemuan langsung dan mengeluarkan banyak tenaga hanya untuk melakukan transaksi jual beli karena dengan menggunakan platform internet, semua transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat (Nasrullah et al., 2016). *E-Commerce* mampu memberikan berbagai kenyamanan untuk konsumen berupa kemudahan mencari barang baik produk lokal maupun impor sebab *E-Commerce* memberikan peluang transaksi secara lebih luas tanpa ada batas letak geografis, penawaran barang yang bervariasi, serta promo-promo dan diskon yang menarik (Puspitasari & Sulisty, 2022). Platform *E-Commerce* juga menguntungkan para pelaku bisnis khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), sebab dapat membantu mereka untuk bisa mengembangkan usahanya lebih luas dan hal tersebut dapat memberikan kontribusi untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun dibalik berbagai manfaat yang diberikan oleh *E-Commerce*, terdapat pula beberapa potensi permasalahan yang dapat merugikan pelaku usaha maupun konsumen. Salah satunya adalah adanya indikasi praktik Jual Rugi (*Predatory Pricing*)

Mustapa Kamal Rokan dalam bukunya menyebutkan bahwa jual rugi atau *Predatory Pricing* menurut teori ekonomi adalah sebuah keadaan dimana pelaku usaha melakukan penetapan harga jual barang atau jasa yang ia produksi dibawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost - ATC*). Agar dapat mencapai keuntungan, pelaku usaha perlu menetapkan harga jual mereka diatas ATC, atau setidaknya mencapai titik impas (*break even point*) untuk menutupi biaya modal. Ini berarti bahwa jika harga jual sama persis dengan ATC, pelaku usaha hanya akan mencapai titik impas di mana pendapatan yang diperoleh sama dengan biaya yang dikeluarkan (Rokan, 2010). Hal tersebut bisa saja menimbulkan indikasi adanya persaingan usaha tidak sehat. Meita Fadhilah dalam jurnalnya menyebutkan bahwa persaingan usaha tidak sehat merupakan tindakan yang bersifat menghalangi atau mencegah persaingan. Tindakan tersebut digunakan oleh pelaku usaha yang ingin memegang posisi monopoli dengan mencegah calon pesaing atau menyingkirkan pesaing secara tidak wajar (Fadhilah, 2019). Menurut Dheni Biantara dalam penelitiannya, penerapan strategi *Predatory Pricing* merupakan Tindakan yang melanggar hukum sebab dapat menyebabkan terjadinya praktik monopoli, meskipun terlihat sebagai strategi bisnis yang wajar. Namun, hal ini memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan produksi lokal yang dilakukan oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia (Biantara et al., 2022).

Sama halnya dengan ditemukannya produk-produk impor yang dijual dengan harga yang jauh lebih murah daripada harga produk lokal menjadi salah satu yang diduga sebagai praktik Jual rugi atau *Predatory Pricing* yang terjadi di *E-Commerce* dan berpotensi membahayakan para pelaku UMKM. Kementerian Perdagangan di Tahun 2018 dan Kementerian Perindustrian pada 2019 melansir data bahwa hampir 90 persen produk yang di jual di *E-Commerce* dalam negeri dipasok produk impor. Diperkuat dengan data dari Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kementerian Keuangan yang menyatakan bahwa kurun waktu 3 Tahun terakhir, statistika barang kiriman mengalami kenaikan yang sangat signifikan dalam volume impor (Dwi Aditya Putra, 2021). Produk impor yang banyak diminati adalah produk elektronik seperti smartphone, TV serta barang-barang fashion. Produk tersebut banyak diminati sebab produknya langka di pasar Indonesia dan harganya relative lebih murah seperti hasil survey yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) pada 1.626 pembeli dan penjual online di seluruh Indonesia (Cargo, 2022). Data-data tersebut membuktikan bahwa memang produk impor lebih digandrungi konsumen dan berpotensi mematikan para pelaku UMKM. Mengenai hal ini, Presiden Jokowi menegaskan tidak ingin ada praktik perdagangan yang tidak fair dalam bentuk *Predatory Pricing* pada *E-Commerce* yang dapat berpotensi menghancurkan keberlangsungan pelaku usaha UMKM di Indonesia. (Asmara, 2021)

Dari data-data yang sudah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa banyaknya produk impor yang masuk di *E-Commerce* dengan harga jual yang lebih murah dari produk lokal akan merugikan pelaku usaha lain juga para konsumen. Namun dugaan *Predatory Pricing* tersebut tidak bisa serta merta dikatakan sebagai praktik *Predatory Pricing* yang dilarang oleh hukum persaingan usaha. Perlu adanya pembuktian dan peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai suatu Lembaga yang memiliki kewenangan untuk melakukan penilaian terhadap aktifitas pelaku usaha di Indonesia untuk melakukan penegakan hukum terhadap praktik *Predatory Pricing* yang terjadi di *E-Commerce*

(Timotius & Kemala, 2022). Berdasarkan uraian tersebut, penulis bermaksud untuk melakukan penulisan dengan judul “Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha Terhadap Adanya Dugaan Praktik Jual Rugi Pada *E-Commerce*”

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif yaitu penulisan yang menekankan pada penafsiran hukum positif dan menganalisa dengan menggunakan bahan-bahan kepustakaan, dan norma-norma hukum tertulis. Dalam metode yang digunakan ini mendasarkan pada data serta informai yang bersifat umum, diantaranya Peraturan Perundang-undangan, teori maupun doktrin, dan pendapat ahli (Irawan et al., 2021). Perolehan analisis data dengan menggunakan teknik mengolah dari hasil bahan primer dan bahan sekunder, yang selanjutnya dianalisis secara kualitatif untuk menarik kesimpulan yang menjawab masalah yang dibahas sekaligus memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun dalam kesimpulan (Rahadian Irhamil, 2022)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengaturan Mengenai Larangan Praktik *Predatory Pricing* Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha

Hukum Persaingan Usaha ada untuk mendukung pembentukan dari system ekonomi pasar yang menginginkan adanya persaingan yang sehat antara pelaku usaha. Melalui hukum ini diharapkan agar bisa membuat para pelaku usaha tetap eksis serta adil saat melakukan operasinya dalam perekonomian, sehingga konsumen dapat terlindungi dari praktik-prakti bisnis yang dapat merugikan mereka (Sudiarto, 2021). Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat merupakan hukum positif yang menjadi kiblat dalam hal persaingan usaha, dimana pada Pasal 3 Undang-Undang ini menetapkan ada tiga aspek penting yang menjadi tujuan dari Undang-Undang ini yaitu meningkatkan efisiensi ekonomi nasional, menciptakan lingkungan usaha yang sehat untuk memastikan kesempatan yang setara bagi semua pihak pelaku usaha, dan mencegah praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (Sumadi, 2017). Dalam hal larangan praktik *Predatory Pricing*, diatur pada Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyebutkan bahwa “Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.” (Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, 1999).

Secara garis besar tujuan dari praktik *Predatory Pricing* adalah untuk menghancurkan pelaku usaha lain di pasar yang sama, membatasi pesaing dengan menerapkan jual rugi sebagai penghalang masuk, mendapatkan keuntungan besar di masa depan, menutup kerugian di masa lalu, dan menggunakan harga promosi sebagai strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk baru (Usman, 2013). Jadi bisa dijabarkan bahwa *Predatory Pricing* adalah sebuah tindakan yang dilakukan untuk menyingkirkan kompetitor dengan cara menetapkan harga dibawah ongkos produksi (Lubis et al., 2017) yang kemudian setelah kompetitor tersebut tersingkirkan, harga barang akan dinaikkan. Dan hal tersebut merugikan konsumen serta pelaku usaha lainnya yang tidak mampu untuk bersaing harga. Penjualan produk dengan harga yang tidak masuk akal tersebut jelas akan merugikan pelaku usaha lainnya khususnya UMKM bahkan juga dapat merugikan para konsumen. Pada periode pendek, praktik *Predatory Pricing* memang menguntungkan sebab konsumen dapat menikmati harga barang atau jasa yang rendah. Namun, dalam jangka panjang, setelah pesaing-pesaing telah dikeluarkan dari pasar yang terkait, pelaku usaha yang melakukan praktik *Predatory Pricing* akan meningkatkan kembali harga barang atau jasa. hal ini berpotensi menyebabkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat (Simanjuntak, 2022)

Praktik *Predatory Pricing* juga dapat diterapkan oleh produsen yang melakukan ekspor, di mana mereka menjual barang ke suatu negara dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga di negara asalnya atau negara lain. Tujuannya adalah untuk mendorong minat pembelian di negara tujuan agar produsen atau pelaku usaha pengekspor dapat menguasai pasar di negara tersebut. Hal serupa diduga juga terjadi pada platform *E-Commerce* di Indonesia. Ditemukannya produk impor yang dijual dengan harga lebih murah daripada harga produk local menjadi salah satu indikasi praktik *Predatory Pricing*. Namun hal tersebut tidak bisa serta merta disebutkan sebagai Tindakan dari praktik

*Predatory Pricing* yang dilarang oleh hukum persaingan usaha. Sebab kegiatan *Predatory Pricing* itu dilarang secara *rule of reason*, yang artinya pengadilan akan mempertimbangkan factor-faktor kompetitif dan menetapkan apakah kegiatan tersebut akan memberikan hambatan perdagangan atau tidak. Apakah tindakan tersebut bersifat mencampuri, mempengaruhi ataukah menghambat proses persaingan dalam perdagangan. Terhadap dugaan praktik *Predatory Pricing*, perlu adanya pembuktian sejumlah unsur yang ada pada Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Unsur unsur yang ada pada Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah:

- a. Unsur pelaku usaha: pelaku usaha merujuk pada individu atau entitas, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan atau melakukan kegiatan di wilayah hukum Indonesia, baik secara individu maupun melalui penjaminan, untuk menjalankan berbagai kegiatan ekonomi.
- b. Unsur pemasokan: menyediakan pasokan baik barang maupun jasa untuk kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli ataupun sewa guna usaha
- c. Unsur barang: setiap benda berwujud atau benda tidak berwujud, bergerak atau tidak bergerak yang bisa diperdagangkan, digunakan, dipakai, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha
- d. Unsur jasa: setiap layanan yang bentuknya pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha
- e. Unsur jual rugi: pelaku usaha menetapkan harga jual dibawah biaya produksi
- f. Unsur harga yang sangat rendah: menurut KPPU harga yang sangat rendah mengacu pada harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang tidak masuk akal rendahnya (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2009)
- g. Unsur dengan maksud: kegiatan itu dilakukan dengan niat atau tujuan
- h. Unsur menyingkirkan atau mematikan: menyingkirkan atau mengeluarkan pelaku usaha pesaing dari pasar yang sama
- i. Unsur usaha pesaing: usaha dari pelaku usaha lain didalam pasar yang sama
- j. Unsur pasar: suatu Lembaga ekonomi dimana terdapat penjual dan pembeli yang melakukan transaksi perdagangan barang atau jasa secara langsung maupun tidak langsung
- k. Unsur pasar bersangkutan: pasar yang terkait dengan wilayah distribusi tertentu oleh pelaku usaha untuk barang dan/atau jasa yang sejenis atau sama.
- l. Unsur praktik monopoli: pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan pengendalian produksi dan/atau pemasaran atas barang atau jasa tertentu sehingga menciptakan persaingan usaha tidak sehat dan bisa merugikan kepentingan umum
- m. Unsur persaingan usaha tidak sehat: persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi atau pemasaran barang atau jasa miliknya yang dilakukan dengan tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha

Suatu Tindakan dapat dikatakan sebagai praktik *Predatory Pricing* jika tindakan itu memenuhi secara kumulatif unsur-unsur yang ada pada Pasal 20 tersebut. Dengan demikian secara garis besar ciri-ciri *Predatory Pricing* adalah Tindakan tersebut ditujukan untuk menetapkan harga jual rugi sebagai *entry barrier* dengan tujuan mematikan atau menyingkirkan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkutan yang sama kemudian dimasa mendatang setelah pelaku usaha pesaing tersingkir ia akan menetapkan harga yang lebih tinggi atau harga monopoli untuk menutup kerugian sebelumnya. (Lubis et al., 2017)

## **2. Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha Dalam Penegakan Hukum Pada Praktik *Predatory Pricing* di E-Commerce**

KPPU adalah sebuah Lembaga negara yang diberikan kewenangan untuk melakukan pencegahan, pengawasan serta penegakan hukum dalam praktik persaingan usaha (Effendi, 2020). KPPU sebagai sebuah Lembaga khusus tidak hanya bertanggung jawab untuk menciptakan keteraturan dalam persaingan usaha, tetapi juga memiliki peran penting dalam menciptakan iklim persaingan usaha yang kondusif. Selain itu KPPU juga melakukan evaluasi dan Tindakan penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang terlibat dalam persaingan usaha yang tidak sehat. KPPU memiliki Deputi Pencegahan yang bertugas mengawasi platform digital bisnis dan memantau adanya perilaku diskriminasi yang mungkin terjadi (Nugroho, 2014). Dalam hal kebijakan, KPPU memiliki wewenang untuk memberikan

saran dan rekomendasi kepada Pemerintah terkait kebijakan dan pembentukan peraturan hukum terkait larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, terutama dalam sector ekonomi digital. Sebagai Lembaga independent, KPPU juga berperan sebagai mediator dalam mengawasi jalannya bisnis dan persaingan usaha dalam ekonomi digital (Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 01 Tahun 2014 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2014).

Dalam hal adanya dugaan pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomer 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat, KPPU mempunyai dua pendekatan untuk menganalisa apakah benar telah terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan *per se illegal* dan *rule of reason*. Pendekatan *per se illegal* adalah pendekatan positivistic yang artinya adalah untuk menentukan suatu tindakan melanggar Undang-Undang persaingan usaha atau tidak, dinilai berdasarkan peraturan Perundang-undangan. Suatu Tindakan dinilai berdasarkan kesesuaiannya dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Jemarut, 2020). Sedangkan pendekatan *rule of reason* merujuk pada pendekatan-pendekatan yang digunakbasrian oleh Lembaga otoritas persaingan usaha untuk melakukan evaluasi terhadap dampak dari suatu perjanjian atau kegiatan usaha tertentu, dengan tujuan untuk menentukan apakah perjanjian atau kegiatan tersebut menghambat atau mendukung persaingan (Khemani, 1995). Dalam hal praktik *Predatory Pricing*, akan menggunakan pendekatan *rule of reason*, KPPU harus mengkaji apakah praktek *Predatory Pricing* tersebut dapat menimbulkan kerugian, maka KPPU sebagai pihak otoritas akan mulai mencari fakta-fakta yang dapat dijadikan alat bukti untuk dapat diadili.

Pada pelaksanaannya, jika ada laporan terkait adanya dugaan praktik *Predatory Pricing*, KPPU akan melakukan penyelidikan dan pengujian terhitung sejak pelaku usaha terlapor melakukan dugaan praktik *Predatory Pricing* sampai dengan pelapor melaporkan dugaan terjadinya praktik *Predatory Pricing* (Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, 2019). Pengujian yang dilakukan melalui tiga tahap yaitu:

- a. Tahap pertama, Mengkaji Adanya *unreasonably low price*: dilakukan pengkajian mengenai apakah harga rendah yang ditetapkan oleh suatu pelaku usaha terlapor tersebut merupakan harga yang *unreasonable*.
- b. Tahap kedua, *Recoupment test*: merupakan penyelidikan awal dimana apabila pelaku usaha terlapor terbukti tidak menyingkirkan atau menghalangi pelaku usaha pesaingnya masuk ke pasar bersangkutan yang sama, atau tidak terbukti melakukan upaya penutupan kerugian, maka dapat memungkinkan pihak otoritas untuk membebaskan pelaku usaha terlapor dari tuduhan sebagai pelaku *Predatory Pricing* dan tidak perlu melanjutkan pengujian tahap ketiga. Tetapi jika pelaku usaha terlapor benar memang melakukan Tindakan menaikkan harga untuk menutupi kerugian, maka akan dilakukan test pengujian tahap ketiga.
- c. Tahap ketiga, *Price-Cost test*: menurut Areeda dan Turner, penetapan harga barang atau jasa dapat dikatakan sebagai harga predator apabila ditetapkan lebih kecil dari biaya marginal jangka pendeknya (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2009).

Jika setelah dilakukan pengujian dan penyelidikan terhadap dugaan praktik *Predatory Pricing* telah terbukti bahwa Tindakan tersebut termasuk praktik *Predatory Pricing* yang dilarang oleh hukum persaingan usaha, maka sesuai dengan Pasal 118 Angka (4) Undang-Undang Nomer 6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, menyebutkan bahwa pelaku usaha dapat dikenakan sanksi administrative berupa: perintah untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, serta denda minimal Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) (Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, 2023). Lalu pada Pasal 118 Angka (5) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 juga menyebutkan pelaku usaha juga dapat dipidana jika selama masa penyelidikan dan atau pemeriksaan yang dilakukan oleh KPPU, pelaku usaha melakukan pelanggaran terhadap Pasal 41 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, pelaku usaha dapat dikenakan pidana denda maksimal Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) atau pidana kurungan maksimal 1 (satu) Tahun sebagai pengganti pidana denda (Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, 2023).

Terkait adanya indikasi praktik Jual Rugi pada produk impor yang dipasarkan di *E-Commerce* dengan harga jual yang jauh lebih murah daripada produk local, tidak memenuhi beberapa unsur dari Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Unsur yang tidak terpenuhi adalah:

- a. Unsur jual rugi dan harga yang sangat rendah: produk impor menjadi lebih murah karena factor efisiensi dalam produk tersebut (Timorria, 2021) Seperti produk cina dijual di Indonesia karna biaya produksi bisa ditekan dengan sangat rendah.
- b. Unsur praktik monopoli: pelaku usaha yang memasarkan harga barang dengan sangat murah di *E-Commerce* akan kesulitan melakukan pemusatan kekuatan ekonomi sebab setelah pelaku menurunkan harga produk dan konsumen cenderung memilih produk tersebut lalu kemudian pelaku usaha menaikkan harga produk, konsumen masih memiliki pilihan substitusi dari penjual yang lain sebab di *E-Commerce* pembeli dapat dengan mudah menemukan barang yang sejenis
- c. Unsur menyingkirkan atau mematikan usaha pesaing: Untuk sementara waktu memang penjual yang menawarkan harga murah dapat memperoleh pembeli dari barang murah yang ditawarkan. Hal ini dapat mengakibatkan pelaku usaha lain yang menawarkan barang sejenis kehilangan minat pembeli dan berpotensi menghentikan/menutup usahanya. Namun, yang perlu digarisbawahi adalah pelaku usaha dapat dengan mudah kembali masuk ke pasar *E-Commerce*, sebab *E-Commerce* merupakan pasar yang ytidak terbatas oleh Batasan geografis. (Rahmawati, 2021)

Maka dari itu dugaan mengenai adanya indikasi praktik *Predatory Pricing* pada ditemukannya produk impor dengan harga jauh lebih murah dibanding harga produk local, tidak bisa disebut sebagai praktik *Predatory Pricing* yang dilarang sebab pada pembuktiannya ada beberapa unsur dari Pasal 20 tidak terpenuhi.

#### 4. KESIMPULAN

Pengaturan mengenai praktik *Predatory Pricing* diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Praktik *Predatory Pricing* dilarang sebab menimbulkan kerugian baik pada konsumen maupun pelaku usaha lain. KPPU sebagai suatu Lembaga negara, memiliki tugas dan wewenang untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang kondusif serta melakukan penegakan hukum persaingan usaha. Mengenai adanya dugaan praktik *Predatory Pricing* yang terjadi di *E-Commerce* tidak bisa serta merta dikatakan sebagai praktik *Predatory Pricing* yang dilarang. KPPU akan melakukan penyelidikan dan pengujian terhadap laporan dugaan *Predatory Pricing* tersebut. Akan ada proses pembuktian sejumlah unsur yang ada pada Pasal 20 Undang-Undang Nomer 5 Tahun 1999 oleh KPPU dengan pendekatan *rule of reason*. KPPU juga akan mengkaji apakah praktek tersebut dapat menimbulkan kerugian dengan cara mencari fakta fakta yang dapat dijadikan alat bukti untuk dapat diadili. Jika telah terbukti bahwa Tindakan tersebut termasuk Tindakan *Predatory Pricing* yang dilarang maka KPPU dapat memberikan sanksi administrative, maupun pidana denda atau pidana kurungan

#### SARAN

Mengingat *E-Commerce* sudah menjadi bagian penting dari bentuk perdagangan era modern yang sangat diminati masyarakat, maka perlu adanya regulasi khusus yang mengatur segala hal yang ada dalam *E-Commerce* yang melibatkan Pemerintah, KPPU, pelaku usaha, asosiasi industry dan konsumen dalam penyusunan regulasi tersebut. Diperlukan juga penguatan pengawasan terhadap produk impor yang beredar di *E-Commerce* dengan meningkatkan Kerjasama antara Lembaga Bea Cukai dan KPPU serta penegakan hukum yang tegas juga perlu dilakukan terhadap praktik-praktik yang dilarang oleh hukum persaingan usaha. Pemerintah juga perlu mengkaji ulang system pajak dan bea masuk untuk produk impor yang dijual di *E-Commerce* agar dapat menciptakan keadilan dalam persaingan antara produk impor dan produk local sehingga harga jual produk tidak terlalu terdistorsi.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Jurnal

- Biantara, D., Margaretha, V., & Lesmana, I. (2022). *ANALISIS PERAN REGULATOR DAN ASPEK BIAYA DALAM PENCEGAHAN PRAKTIK PREDATORY PRICING DI E-COMMERCE INDONESIA*. 6(1), 72-88.

- Effendi, B. (2020). *PENGAWASAN DAN PENEGAKAN HUKUM TERHADAP BISNIS DIGITAL ( E-COMMERCE ) OLEH KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA ( KPPU ) DALAM*. 4(April), 21–32.
- Fadhilah, M. (2019). Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Kerangka Ekstrateritorial. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.25072/jwy.v3i1.217>
- Irawan, A. D., Samudra, K. P., & Pratama, A. (2021). Perlindungan Hak Asasi Manusia oleh Pemerintah pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Citizenship Virtues*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.37640/jcv.v1i1.902>
- Jemarut, W. (2020). Pendekatan Rule Of Reason Dan Per Se Illegal Dalam Perkara Persaingan Usaha. *Widya Yuridika*, 3(2), 377. <https://doi.org/10.31328/wy.v3i2.1688>
- Nasrullah, D., Hidayatullah, A., & Unggul WP, S. (2016). Pendampingan E-Commerce dan Pendidikan di Cerme Kecamatan Ngimbang Lamongan. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.30651/aks.v1i1.301>
- Puspitasari, R. J., & Sulistyio, A. Q. P. (2022). Perlindungan Hukum bagi Korban Penipuan Online Shop Dengan Merujuk pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 2(1), 1–8. <http://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/eksaminasi/article/view/2088%0Ahttp://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/eksaminasi/article/download/2088/1213>
- Rahadian Irhamil, A. D. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Jual Beli Online Atas Barang Tidak Sesuai. *Jurnal Education and Development*, 10(3), 264.
- Simanjuntak, M. S. H. (2022). *Dugaan Praktek Predatory Pricing Dalam Electronic Commerce Di Indonesia (Studi di Kantor Wilayah I KPPU)*. 10(3), 1–51. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/7635>
- Timotius, A. D., & Kemala, R. (2022). *Keterkaitan Konsep Predatory Pricing Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha*. 10, 314–322.

### Buku

- Khemani, R. S. (1995). THE POLITICAL BACKGROUND TO THE ADOPTION OF A COMPETITION LAW AND ITS EFFECTIVE IMPLEMENTATION. *Economic Policy*, 95, 1–60.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2009). Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing). In *Www.Kppu.Go.Id* (Issue Predatory Pricing).
- Lubis, A. F., Anggraini, A. maria T., Toha, K., Kagramanto, L. B., Hawin, M., Sirait, N. N., Prananingtyas, P., Sukarmi, Maarif, S., & Silalahi, U. (2017). *Hukum Persaingan Usaha*.
- Nugroho, susanti adi. (2014). *HUKUM PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA, DALAM TEORI DAN PRAKTIK SERTA PENERAPAN HUKUMNYA* (Pertama). Kencana, Prenadamedia Group. [https://books.google.co.id/books?id=bOzpkQEACAAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbg\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=bOzpkQEACAAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Rokan, M. K. (2010). *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*. Rajagrafindo Persada. [https://www.google.co.id/books/edition/Hukum\\_persaingan\\_usaha/WgoeKQEACAAJ?hl=id](https://www.google.co.id/books/edition/Hukum_persaingan_usaha/WgoeKQEACAAJ?hl=id)
- Sudiarto. (2021). *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Prenada Media. [https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar\\_Hukum\\_Persaingan\\_Usaha\\_Di\\_Indo/oCwzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Hukum_Persaingan_Usaha_Di_Indo/oCwzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Sumadi, P. S. (2017). PENEGAKAN HUKUM PERSAINGAN USAHA (Hukum Acara Persaingan Usaha?). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Usman, R. (2013). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Sinar Grafika. [https://www.google.co.id/books/edition/Hukum\\_Persaingan\\_Usaha\\_di\\_Indonesia/3uxXEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Hukum_Persaingan_Usaha_di_Indonesia/3uxXEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)

**Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Sekretariat Negara (1999).

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, (2023).

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 01 Tahun 2014 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 1 (2014).

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Kppu 1 (2019).

**Website**

Asmara, C. G. (2021). Jokowi: Predatory pricing Hati-Hati, Bisa Membunuh! *CNBC Indonesia*.  
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20210305102532-4-228052/jokowi-predatory-pricing-hati-hati-bisa-membunuh>

Cargo, P. (2022). IMPORTED PRODUCTS IN INDONESIAN E-COMMERCE. *Prima Cargo*.  
<https://www.primacargo.co.id/produk-impor-di-e-commerce-indonesia/>

Dwi Aditya Putra, S. N. A. (2021). Produk Impor Kuasai Situs Belanja Online. *Merdeka.Com*.  
<https://www.merdeka.com/khas/produk-impor-kuasai-situs-belanja-online.html>

Timorria, I. F. (2021). Wajar! Ini Alasan Produk Impor LebihLaris di E-Commerce. *Ekonomi Bisnis*.  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210224/12/1360615/wajar-ini-alasan-produk-imporlebih-laris-di-e-commerce>

**Journal Homepage:**

<https://www.journal.geutheeinstitute.com/index.php/JG/index>