

**ANALISIS YURIDIS PENEGAKAN HUKUM PADA PELAKU  
PREDATORY PRICING DI APLIKASI E-COMMERCE DITINJAU  
MENURUT UNDANG-UNDANG NO 5 TAHUN 1999**

**Amalia Hasanah**

Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Jl. Kaliurang KM. 14,5 Sleman  
Yogyakarta 55584. Indonesia

**Email:** amaliahasanah66@gmail.com

**Abstract**

---

*As the digital world develops, it causes changes in the trading system in the world, one of which is in Indonesia. The emergence of trade carried out indirectly between sellers and buyers on e-commerce platforms. With the development of this trading system, transactions can be made easier because there is no need to meet face to face, but there are also problems that arise, such as unhealthy business competition. One example is predatory pricing or selling at a loss, where they sell products below the capital price or below the production price which is expected to beat rivals with similar products on a digital platform. Usually these business actors offer promotions that are as attractive as possible so that consumers or the public are interested in increasing their shopping in e-commerce. This requires strong law enforcement so that predatory pricing does not become a culture in digital business and harms many business actors. This research will discuss how to regulate and enforce the law against perpetrators of predatory pricing in e-commerce applications in terms of Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolies and Unfair Business Competition. This research uses a normative legal approach. The results of this research show that business actors who are proven to have carried out predatory pricing practices have violated Article 20 of Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolies and Unfair Business Competition and can be subject to administrative or criminal sanctions.*

**Keywords :** *pricing; e-commerce; law enforcement*

**Abstrak**

---

Seiring berkembangnya dunia digital, menyebabkan adanya perubahan sistem perdagangan di dunia salah satunya di Indonesia. Munculnya perdagangan yang dilakukan secara tidak langsung antara penjual dan pembeli pada *e-commerce platform*. Dengan berkembangnya sistem perdagangan ini dapat mempermudah dalam bertransaksi dikarenakan tidak

perlu bertatap muka, akan tetapi juga terdapat permasalahan yang timbul seperti adanya persaingan usaha yang terjadi secara tidak sehat. Salah satu contohnya yaitu dengan melakukan *predatory pricing* atau jual rugi, dimana mereka menjual produk dibawah harga modal atau dibawah harga produksi yang diharapkan dapat mengalahkan saingan dengan produk sejenis pada suatu digital platform. Biasanya pelaku usaha ini menawarkan promo-promo yang semenarik mungkin sehingga membuat konsumen atau masyarakat tertarik untuk meningkatkan berbelanja di *e-commerce*. Hal ini dibutuhkan penegakan hukum yang kuat agar tindakan *predatory pricing* ini tidak menjadi budaya dalam berbisnis secara digital serta merugikan banyak pelaku usaha. Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimanakah pengaturan dan penegakan hukum terhadap pelaku predatory pricing pada aplikasi e-commerce ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelaku usaha yang terbukti telah melakukan praktik *predatory pricing* berarti telah melanggar Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan dapat dikenakan sanksi administratif maupun pidana.

**Kata Kunci** : Perlindungan Hukum; Anggota Pesero; Firma

## **A. Pendahuluan**

Perkembangan dunia digital yang sangat pesat telah membuka jaringan yang lebih luas guna terbentuknya perekonomian global, hal ini mendorong munculnya berbagai transaksi bisnis yang banyak melibatkan pelaku usaha dalam menjual barang dan/atau jasa berbasis teknologi. Transaksi yang dilakukan menggunakan media perangkat digital biasanya disebut sebagai *electronic commerce (e-commerce)*. Aktivitas ini mempertemukan produsen dengan konsumen secara tidak langsung yakni menggunakan media perantara berupa perangkat elektronik yang menimbulkan suatu kesepakatan yang diakhiri dengan transaksi secara online.<sup>1</sup> Setiap kegiatan usaha pasti memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya atas suatu barang ataupun jasa yang disediakan.<sup>2</sup> Penjualan produk melalui e-commerce dianggap lebih praktis jika dibandingkan dengan cara yang konvensional, serta dapat membuat

---

<sup>1</sup> Sjahdeini, Sutan Remy. (2018). E-Commerce Tinjauan dari Prespektif Hukum. Jurnal Hukum Bisnis Vol.6 No.6.

<sup>2</sup> L.E.Boone. (2007). Pengantar Bisnis Kontemporer. Jakarta: Salemba.

produsen dan konsumen tetap berhubungan walaupun berada di wilayah yang berbeda.<sup>3</sup>

Sejak pandemi Covid-19, masyarakat diharuskan berinteraksi secara digital, salah satunya pada dunia perdagangan yang mulai meningkat pesat dimana jual beli barang maupun jasa menggunakan platform digital (*e-commerce*). Shopee dan Tokopedia merupakan marketplace berbasis *e-commerce* yang paling diminati oleh masyarakat untuk jual beli barang maupun jasa. Selama pandemi Covid-19 sampai dengan saat ini adanya peningkatan jumlah pengguna *e-commerce* dimana jumlah pengguna Shopee pada tahun 2020 yakni 390.862.700, kemudian meningkat menjadi 527.556.700 pada tahun 2021, serta Tokopedia yang juga mengalami peningkatan dari 355.556.000 meningkat menjadi 598.446.700 dengan waktu yang sama.<sup>4</sup>

Praktek perdagangan menggunakan *e-commerce* memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli karena konsumen tidak perlu bertatap muka dengan penjual. Selain memberikan kemudahan dalam bertransaksi, *e-commerce* juga berlomba-lomba dalam memberikan potongan diskon harga suatu produk yang dijual baik itu menggunakan voucher diskon, flash sale maupun potongan dalam ongkos pengiriman barang. Hal ini yang mengakibatkan adanya persaingan usaha di dalam dunia perdagangan yang berbasis digital. Pelaku usaha juga melakukan perbuatan yang melanggar undang-undang untuk memangkan persaingan. Salah satu contohnya yaitu dengan melakukan *predatory pricing* atau jual rugi, dimana mereka menjual produk dibawah harga modal atau dibawah harga produksi yang diharapkan dapat mengalahkan saingan dengan produk sejenis pada suatu digital platform. Biasanya pelaku usaha ini menawarkan promo-promo yang semenarik mungkin sehingga membuat konsumen atau masyarakat tertarik untuk meningkatkan berbelanja di *e-commerce*, seperti diskon-diskon yang menarik dengan jangka waktu yang cepat dan tertentu saja atau biasa disebut flash sale. *E-commerce* dalam

---

<sup>3</sup> Basri, Effendi. (2020). Pengawasan dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. Syiah Kuala Law Journal Vol.4 No.1.

<sup>4</sup> Nazari, Akhmad Farhan. (2023). Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri E-Commerce. Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada: Jurnal Persaingan Usaha, Vol 3 No.1.

melakukan *flash sale* biasanya menawarkan diskon yang sangat besar pada produk yang ditawarkan dimana harga tersebut bisa mencapai Rp.999,-. Harga tersebut sangat berbeda dengan harga pasaran yang seharusnya.

*Predatory Pricing* atau jual rugi yakni pada saat perusahaan yang memiliki posisi dominan atau kemampuan keuangan yang kuat akan menjual produknya dibawah harga produksi dengan tujuan untuk memaksa pesaingnya keluar dari pasar. Kemudian setelah memenangkan persaingan tersebut, perusahaan akan menaikkan harga kembali diatas harga pasar dan berupaya untuk mengembalikan kerugian yang telah dialaminya dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli karena pesaingnya telah keluar dari pasar sehingga mau tidak mau konsumen tetap akan membeli walaupun harga sudah dinaikan.<sup>5</sup> Efisiensi transaksi yang sering dilakukan dari layanan *e-commerce* menjadikan permasalahan persaingan usaha tidak sehat.<sup>6</sup>

Akibat dari suatu perbuatan *predatory pricing* ini akan sangat menguntungkan konsumen dimana mereka dapat membeli barang yang diinginkan dengan harga yang sangat murah. Kemudian pelaku usaha yang berhasil melakukan jual rugi dalam waktu yang lama, maka pelaku usaha tersebut sudah berhasil untuk mengendalikan pasar walaupun pada awalnya mereka mengalami kerugian besar diakibatkan menjual produk dengan harga dibawah produksi. Akan tetapi pada saat pelaku usaha yang sudah menguasai pasar dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen, mereka akan langsung menaikkan harga produk, guna untuk mengganti kerugian yang dialaminya.<sup>7</sup> Hal ini dibutuhkan penegakan hukum yang kuat agar tindakan *predatory pricing* ini tidak menjadi budaya dalam berbisnis secara digital. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, sudah semestinya hal ini penting untuk diteliti lebih dalam.

## **B. Rumusan Masalah**

---

<sup>5</sup> Utomo, Tri Joko. (2010). Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel. Fokus Ekonomi Vol.5 No.1.

<sup>6</sup> Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. Jurnal Ilmu Hukum Vol.2 No.4.

<sup>7</sup> Lubis, A.F.(2017). Hukum Persaingan Usaha, Jakarta: Creative Media.

1. Bagaimanakah Pengaturan Mengenai Larangan Praktek *Predatory Pricing* ditinjau dari Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?
2. Bagaimanakah Upaya Penegakan Hukum yang Dilakukan oleh KPPU terhadap Pelaku *Predatory Pricing* pada *E-Commerce* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui Pengaturan Mengenai Larangan Praktek *Predatory Pricing* ditinjau dari Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Mengetahui Upaya Penegakan Hukum yang Dilakukan oleh KPPU terhadap Pelaku *Predatory Pricing* pada *E-Commerce* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

### **D. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, terhadap kebijakan dengan pendekatan konseptual dan Peraturan Perundang-undangan (*normatif-yuridis*). Pendekatan konseptual berusaha memberikan sudut pandang analisis penyelesaian permasalahan dilihat dari konsep-konsep dan nilai yang terkandung dalam penorma-an sebuah peraturan atau kebijakan.<sup>8</sup> Analisis dilakukan terhadap data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka (*library reserch*), yang terdiri dari bahan hukum primer berupa *mandatory sources* seperti peraturan perundang-undangan.<sup>9</sup> Bahan hukum sekunder terdiri dari jurnal, buku. Data tersebut kemudian dianalisis dan disajikan secara deskriptif-kualitatif.

### **E. Pembahasan**

---

<sup>8</sup> Irwansyah.( 2020). Penelitian Hukum, Pilihan Metode dan Praktik Penulisan Artikel. Yogyakarta: Mirra Buana.

<sup>9</sup> Hartono,C.F.G,(1994).Penulisan Hukum Di Indonesia Pada Akhir Abad Ke-20.

## **1. Pengaturan Predatory Pricing ditinjau dari Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat**

Pada masa perkembangan ekonomi seperti saat ini, negara berkembang seperti Indonesia perlu melakukan pembangunan khususnya pada bidang ekonomi. Perkembangan ekonomi ini bertujuan untuk menciptakan pemerataan pendapatan masyarakat, hal tersebut didasarkan pada penerepana pancasila yakni pada sila ke-5 yang berbunyi “*Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia*”. Pembangunan ekonomi yang seiring dengan timbulnya kecenderungan globalisasi perekonomian, maka bersamaan dengan itu semakin banyak pula tantangan yang dihadapi dalam dunia usaha, antara lain persaingan usaha atau perdagangan yang menjurus kepada persaingan produk dan tarif, sebab perekonomian sekarang merupakan perdagangan globalisasi antar negara. Dunia bisnis dalam era modern ini telah menjadi salah satu faktor penentu dalam pengusaha yang saling bersaing karena dapat menimbulkan upaya-upaya peningkatan efisiensi, produktivitas, dan kualitas produk yang dihasilkan.

Karakteristik yang dimiliki dalam persaingan usaha yaitu adanya penjual dan pembeli, adanya produk yang diperjual belikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, serta kelancaran dalam memproduksi barang.<sup>10</sup> Hal tersebut sangat berpengaruh baik secara nasional maupun internasional, karena semakin tinggi aktivitas persaingan di dunia usaha akan menandakan bahwa semakin hidupnya dunia usaha pada suatu negara tersebut. Tingginya tingkat persaingan antar pelaku usaha dalam suatu pasar atau industri akan mendorong pelaku usaha untuk menghasilkan produk barang atau jasa yang variatif, baik dari segi harga, kualitas, dan inovasi. Menurut Kasmir, persaingan usaha dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersaing atau bertanding diantara penguasaha atau pebisnis yang satu dengan pengusaha atau pebisnis yang lainnya didalam memenangkan pangsa pasar dalam upaya melakukan penawaran produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Saptono, C.A. (2017). Hukum Persaingan Usaha. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

<sup>11</sup> Kasmir. (2007). Dasar-Dasar Perbankan. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

*Predatory Pricing* dapat diartikan sebagai sebuah tindakan yang dilakukan suatu perusahaan untuk menyingkirkan kompetitornya melalui penetapan harga dibawah ongkos produksi. Setelah pesaing tersingkir dan tidak dapat masuk kembali kedalam pasar, maka perusahaan tersebut dapat menaikan harga. Selama masa *predatory pricing* perusahaan akan mengalami kerugian dan konsumen akan memperoleh keuntungan atas kondisi tersebut. Namun setelah pesaing tersingkir, perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan yang besar dari kenaikan harga yang ditetapkan dan konsumen tidak memiliki pilihan lain.<sup>12</sup>

Adanya *predatory pricing* disebabkan oleh pelaku usaha yang menguasai pasar dengan melakukan pemeliharaan harga yang sangat rendah dan tidak menguntungkan secara komersial untuk jangka waktu tertentu, yang juga mencegah pelaku ekonomi lain memasuki pasar bersangkutan.<sup>13</sup> Penentuan mengenai terjadinya kegiatan *predatory pricing* oleh pelaku usaha, harus mengedepankan pendekatan yuridis secara rule of reason dikarenakan praktik jual rugi dan/atau penetapan harga jual yang sangat rendah belum tentu merupakan tindakan yang bertujuan untuk terciptanya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Apabila dikaitkan dengan *e-commerce* yang menjual barang dan/atau jasa dengan harga yang rendah dibawah biaya produksi, sehingga perlu adanya kemampuan pendekatan akibat dari adanya beberapa pelaku usaha layanan *e-commerce* yang melakukan jual rugi seperti menawarkan voucher diskon, *flash sale*, dan gratis ongkos kirim. Hal ini diperkuat dengan adanya evaluasi mengenai penetapan harga diatas rata-rata tingkat kewajaran maupun dibawah rata-rata tingkat kewajaran harus bergantung terhadap penilaian apakah pelaku usaha pesaing diharuskan untuk menetapkan harga yang ditentukan oleh pelaku usaha yang menetapkan harga diatas maupun dibawah rata-rata.

Menurut Andi Fahmi Lubis, secara umum praktek jual rugi ditujukan untuk mencapai 5 (lima) hal sebagai berikut:

- 1) Memastikan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkutan yang sama;

---

<sup>12</sup> Lubis, Andi Fahmi, dkk. (2017). Buku Teks Hukum Persaingan Usaha. Edisi II. Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

<sup>13</sup> Fuady, Munir. (2003). Hukum Anti Monopoli : Menyongsong Era Persaingan Sehat. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- 2) Membatasi pesaing dengan memberlakukan harga jual rugi sebagai *entry barrier*;
- 3) Memperoleh keuntungan besar dimasa mendatang;
- 4) Mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu, atau;
- 5) Merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi pemasaran.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, terdapat larangan pembatasan atau penetapan harga yang dilarang dalam praktek persaingan usaha<sup>14</sup> , yakni sebagai berikut:

- a. Penetapan harga antar pelaku usaha (Pasal 5)

Perjanjian penetapan harga (*price fixing agreement*) merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang bertujuan untuk menghasilkan laba yang setinggi-tingginya. Dengan adanya penetapan harga yang dilakukan diantara pelaku usaha maka akan meniadakan persaingan dari segi harga bagi produk yang mereka jual atau pasarkan, yang kemudian dapat mengakibatkan surplus konsumen yang seharusnya dinikmati oleh pembeli atau konsumen dipaksa beralih ke produsen atau penjual. Kekuatan untuk mengatur harga pada dasarnya merupakan perwujudan dari kekuatan menguasai pasar dan menentukan harga yang tidak masuk akal.

- b. Penetapan harga yang berbeda terhadap barang dan/atau jasa yang sama atau diskriminasi harga (Pasal 6)

Perjanjian diskriminasi harga adalah perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya dimana untuk suatu produk yang sama akan dijual kepada setiap konsumen dengan harga yang berbeda-beda. Secara singkat digambarkan suatu diskriminasi harga telah terjadi apabila terjadi perbedaan harga antara satu pembeli dengan pembeli lainnya.

- c. Penetapan harga dibawah harga pasar atau *predatory pricing* (Pasal 20)

---

<sup>14</sup> Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat



Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara menjual 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 persaingan usaha tidak sehat. Tujuan utama dari predatory pricing adalah untuk menyingkirkan pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing untuk masuk kepasar yang sama.

d. Penetapan harga jual kembali (Pasal 8)

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan/atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan/atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah dari pada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Menurut Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat juga mengatur terkait unsur-unsur dari pembuktian tindakan *predatory pricing*, yakni sebagai berikut:

- a. Perlu adanya pembuktian unsur pelaku usaha yang melakukan praktek *predatory pricing*;
- b. Adanya unsur pemasaran yaitu kegiatan penyediaan pasokan baik dalam bentuk barang maupun jasa dalam kegiatan perdagangan;
- c. Adanya unsur barang, yaitu benda yang ditransaksikan oleh pelaku usaha melalui layanan *e-commerce platform*;
- d. Unsur jasa yaitu setiap layanan yang diperdagangkan untuk dapat dimanfaatkan;
- e. Unsur jual rugi yaitu harga jual berada di bawah harga pasar, sehingga jauh dari keuntungan penjualan;
- f. Unsur dengan maksud yaitu praktik jual rugi dilakukan dengan adanya tujuan untuk menimbulkan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat;
- g. Unsur menyingkirkan yaitu mengeluarkan pelaku usaha pesaing dari pasar bersangkutan;

- h. Unsur pelaku usaha pesaing, yaitu adanya pelaku usaha pesaing dalam pasar bersangkutan, dimana dalam hal *e-commerce* maka pesaing adalah yang menyediakan layanan *e-commerce platform*;
- i. Unsur pasar bersangkutan yaitu pasar yang berada dalam jangkauan daerah pemasaran oleh pelaku usaha atas barang dan/atau jasa yang sejenis , dimana dalam aktivitas bisnis *e-commerce* maka pasar bersangkutan dapat ditentukan *yaitu e-commerce platform*;
- j. Unsur pelaku monopoli terutama sebagai akibat pemusatan ekonomi yang mengarah pada dominasi produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa.
- k. Unsur persaingan usaha tidak sehat yaitu tindakan tidak jujur pelaku usaha yang menghambat persaingan usaha.

## **2. Upaya Penegakan Hukum yang Dilakukan oleh KPPU terhadap Pelaku *Predatory Pricing* pada *E-Commerce***

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan hukum positif yang menjadi kiblat dalam hal persaingan usaha, dimana dijelaskan pada pasal 3 yang menetapkan adanya tiga aspek penting yang menjadi tujuan dari UU 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.<sup>15</sup> Secara garis besar tujuan dari *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.<sup>16</sup>

Praktik jual rugi yang bertentangan dengan hukum biasanya di indikasikan bukan hanya sekedar menjual harga rendah saja, akan tetapi dikarenakan masa yang akan datang pelaku usaha yang melakukan praktek

---

<sup>15</sup> Sumadi, P.S. (2017). Penegakan Hukum Persaingan Usahan (Hukum Acara Persaingan Usaha). In *Angewandte Chemie Internasional Edition*,6 (11).

<sup>16</sup> Usman, R. (2013). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Sinar Grafika.

jual rugi akan mengurangi produksinya dan menaikkan harga yang tinggi.<sup>17</sup> Maka dari itu apabila pelaku usaha yang melakukan praktek jual rugi namun tidak melakukan kenaikan harga dan pengurangan produksinya, maka hal tersebut tidak akan membuat pelaku usaha lain tersingkir dari pasar dan praktek tersebut tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku. Praktek jual rugi yang bertentangan dengan hukum adalah ketika pelaku usaha baru atau yang lama tersingkirkan dari pasar dan pelaku usaha dominan menaikkan harga jual serta mengurangi produksinya setelah berhasil menyingkirkan pesaingnya di pasar.

Pada jangka waktu singkat, *predatory pricing* memang menguntungkan sebab konsumen dapat menikmati harga barang dan/atau jasa yang rendah. Namun dalam jangka waktu panjang, setelah pesaing-pesaing telah dikeluarkan dari pasar yang terkait, pelaku usaha yang melakukan *predatory pricing* akan segera meningkatkan kembali harga barang dan/atau jasa. Hal ini akan mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.<sup>18</sup> Berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yakni melarang pelaku usaha untuk melakukan pemasokan barang dan/atau jasa dengan melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar tersebut sehingga menimbulkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

*Predatory pricing* biasanya dilakukan pada bidang yang membutuhkan masa konstruksi panjang. Pada prakteknya dilapangan seringkali penambahan kapasitas dilakukan hanya untuk menakut-nakuti pesaing tanpa perlu dilakukan dengan sungguh-sungguh. Kegiatan ini tergolong pada tindakan *pre-emptive expansion*.<sup>19</sup> Banyak faktor yang menyebabkan pelaku usaha melakukan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat salah satunya dikarenakan kurangnya pengawasan dari pemerintah, untuk menentukan apakah dalam persaingan usaha tersebut dapat dinyatakan

---

<sup>17</sup> Fitri dan Sri Jaya Lesmana. (2021). Indikasi Predatory pricing pada Praktek Flash Sale Pelaku Usaha E-Commerce dalam Prespektif Hukum Persaingan Usaha. Supermasi Hukum Vol.17 No.2.

<sup>18</sup> Simanjuntak, M.S.H. (2022). Dugaan Praktek Predatory Pricing dalam Elektronik Commerce di Indonesia (Studi di Kantor Wilayah I KPPU).Nomensen Journal Business Law Vol.1 No.2.

<sup>19</sup> Rokan, Mustafa Kamal. (2010). Hukum Persaingan Usaha; Teori dan Praktiknya di Indonesia. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

sehat atau tidak sehat, maka perlu adanya pendekatan dalam hal ini ada dua pendekatan yang digunakan KPPU dalam menilai suatu tindakan persaingan usaha yakni pendekatan *rule of reason* dan *per se illegal*.<sup>20</sup>

Persaingan usaha yang sehat adalah satu kunci sukses bagi sistem ekonomi pasar yang wajar. Pada implementasinya hal tersebut diwujudkan dalam dua hal yaitu melalui penegakan hukum persaingan usaha dan melalui kebijakan persaingan yang kondusif terhadap perkembangan sektor ekonomi.<sup>21</sup> Apabila pelaku usaha terbukti melakukan jual rugi, maka sesuai dengan Pasal 47-48 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, maka pelaku usaha akan dikenakan sanksi administratif berupa perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dan merugikan masyarakat, dan/atau penetapan ganti rugi dan/atau pengenaan denda dalam jumlah antara Rp.100.000.000.000,- (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp. 25.000.000.000,- (dua puluh lima miliar rupiah) atau dikenakan sanksi pidana tambahan yaitu berupa pencabutan izin usaha, larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap UU ini untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris antara 2 (dua) tahun sampai dengan 5 (lima) tahun atau penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

Ada beberapa sejumlah tahapan yang harus dilakukan sebelum adanya penanganan perkara yaitu adanya laporan dari masyarakat dan pelaku usaha tentang adanya dugaan adanya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Kemudian KPPU akan melakukan pengkajian tentang dugaan kegiatan usaha yang mendapatkan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. Langkah selanjutnya yaitu proses klarifikasi untuk kelengkapan administrasi laporan serta harus memiliki paling sedikit satu alat bukti, jika laporan belum memenuhi ketentuan laporan akan dikembalikan dan pelapor diminta untuk melengkapinya dalam jangka waktu 14 (empat belas) hari. Kemudian baru

---

<sup>20</sup> Simbolon Alum. (2013). Pendekatan yang Dilakukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Menentukan Pelanggaran dalam Hukum Persaingan Usaha. *Ius Quia Iustum* 20, No.2.

<sup>21</sup> Hermansyah. (2008). *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Kencana.

ada proses penyidikan dimulai atas arahan atau persetujuan rapat komisi yang hasilnya dilaporkan kepada ketua komisi. Dengan jangka waktu 60 (enam puluh) hari dan dapat diperpanjang berdasarkan keputusan rapat koordinasi.

Perlu diingat bahwa KPPU adalah Komisi Independen yang dibentuk untuk memantau pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha apakah dalam menjalankan kegiatannya melakukan tindakan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat atau tidak.<sup>22</sup> Munculnya KPPU merupakan harapan untuk mewujudkan persaingan usaha sehat sebagaimana dicita-citakan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Setelah semua tahapan terlaksana, maka akan diadakan Sidang Majelis dimana penyidikan dianggap layak serta investigator penuntut akan menyusun laporan dugaan pelanggaran dan pemeriksaan ini dilakukan dalam 30 (tiga puluh) hari dimulai sejak persidangan pertama dihadiri oleh terlapor. Setelah itu investigator penuntut akan membacakan dan/atau menyampaikan laporan dugaan pelanggaran yang ditentukan kepada terlapor dalam pemeriksaan pendahuluan dan juga majelis komisi akan memberikan kesempatan kepada terlapor untuk melakukan perubahan perilaku setelah laporan dibacakan. Terlapor juga diminta untuk membuat komitmen dengan menandatangani Pakta integritas perubahan perilaku yang pengawasannya selama 60 (enam puluh) hari. Alat bukti dapat berupa keterangan saksi, ahli surat atau dokumen petunjuk dan keterangan pelaku usaha.

Setelah proses tersebut kemudian Majelis akan melaksanakan musyawarah apabila tidak mencapai mufakat. Setelah di putus maka salinan Putusan akan diantarkan apabila terlapor menolak salinan putusan atau alamat tidak diketahui secara jelas akan diumumkan secara publik melalui halaman situs resmi komisi. Apabila terlapor tidak melaksanakan putusan komisi, maka komisi dapat menyerahkan perkara kepada penyidik untuk diproses secara pidana.<sup>23</sup> Dalam hal ini KPPU sebagai otoritas persaingan usaha yang independen pada dasarnya bertindak selaku wasit yang akan

---

<sup>22</sup> Hasbullah, M. Afif. (2020). Penegakan Hukum Persaingan Usaha dalam Sektor Ekonomi Digital. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi) Vol.4, No.1.

<sup>23</sup> Agustina, Enno Selya, dkk. (2023). Analisis Upaya Penegakan Hukum Terhadap Tindakan Kemitraan Dalam Prespektif Pesaingan Usaha Tidak Sehat. Jurnal Studia Legalia: Jurnal Ilmu Hukum Vol.4 No.1.

mengawasi jalannya proses bisnis dan persaingan usaha dalam industri *e-commerce*.<sup>24</sup> Posisi KPPU berada di tengah siklus yaitu diantara penjual-*platform*-pembeli dimana KPPU hadir untuk mengawasi persaingan antar *platform*.

## **F. Penutup**

Pengaturan mengenai praktik predatory pricing diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang terdiri atas persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur, dilakukan secara melawan hukum dan menghambat terjadinya persaingan diantara pelaku usaha. Adanya *predatory pricing* disebabkan oleh pelaku usaha yang menguasai pasar dengan melakukan pemeliharaan harga yang sangat rendah dan tidak menguntungkan secara komersial untuk jangka waktu tertentu, yang juga mencegah pelaku ekonomi lain memasuki pasar bersangkutan.

Pelaku usaha yang terbukti telah melakukan praktik predatory pricing berarti telah melanggar Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, akan dikenakan sanksi administratif yakni berupa perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, dan/atau penetapan ganti rugi dan/atau pengenaan denda dalam jumlah antara Rp.100.000.000.000,- (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp. 25.000.000.000,- (dua puluh lima miliar rupiah) atau dikenakan sanksi pidana tambahan yaitu berupa pencabutan izin usaha, larangan kepada pelaku usaha. Kemudian upaya penegakan hukum dari adanya dugaan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat dilakukan oleh KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) yang dimulai dengan adanya laporan terkait dugaan perbuatan tersebut.

---

<sup>24</sup> KPPU. (2018). Posisi KPPU dalam Regulasi E-Commerce. Majalah Kompetisi Edisi 62. Jakarta.

## **G. Daftar Pustaka**

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Seha

### **Buku**

- Fuady,Munir.(2003). Hukum Anti Monopoli : Menyongsong Era Persaingan Sehat. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hartono,C.F.G,(1994).Penulisan Hukum Di Indonesia Pada Akhir Abad Ke-20.
- Hermansyah. (2008). Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. Jakarta: Kencana.
- Irwansyah.( 2020). Penelitian Hukum, Pilihan Metode dan Praktik Penulisan Artikel. Yogyakarta: Mirra Buana.
- KPPU.(2018). Posisi KPPU dalam Regulasi E-Commerce. Majalah Kompetisi Edisi 62. Jakarta.
- Kasmir. (2007). Dasar-Dasar Perbankan. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- L.E.Boone. (2007). Pengantar Bisnis Kontemporer. Jakarta: Salemba.
- Lubis, Andi Fahmi.(2017). Hukum Persaingan Usaha, Jakarta: Creative Media.
- Lubis, Andi Fahmi, dkk. (2017). Buku Teks Hukum Persaingan Usaha. Edisi II. Komisi Pengawas Persaingan Usaha
- Rokan, Mustafa Kamal. (2010). Hukum Persaingan Usaha; Teori dan Praktiknya di Indonesia. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Saptono,C.A. (2017). Hukum Persaingan Usaha. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Usman, R. (2013). Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. Sinar Grafika.

### **Jurnal dan Karya Ilmiah**

- Agustina, Enno Selya, dkk. (2023). Analisis Upaya Penegakan Hukum Terhadap Tindakan Kemitraan Dalam Prespektif Pesaingan Usaha Tidak Sehat. Jurnal Studia Legalia: Jurnal Ilmu Hukum Vol.4 No.1.
- Basri, Effendi. (2020). Pengawasan dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. Syiah Kuala Law Journal Vol.4 No.1.
- Fitri dan Sri Jaya Lesmana. (2021). Indikasi Predatory pricing pada Praktek Flash Sale Pelaku Usaha E-Commerce dalam Prespektif Hukum Persaingan Usaha. Supermasi Hukum Vol.17 No.2.
- Hasbullah,M.Afif. (2020). Penegakan Hukum Persaingan Usaha dalam Sektor Ekonomi Digital. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, &Akuntansi) Vol.4, No.1.
- Nazari, Akhmad Farhan. (2023).Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri E-Commerce. Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada: Jurnal Persaingan Usaha, Vol 3 No.1.

- Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Belu Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum* Vol.2 No.4.
- Simanjuntak, M.S.H. (2022). Dugaan Praktek Predatory Pricing dalam Elektronik Commerce di Indonesia (Studi di Kantor Wilayah I KPPU). *Nomensen Journal Business Law* Vol.1 No.2.
- Simbolon Alum. (2013). Pendekatan yang Dilakukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Menentukan Pelanggaran dalam Hukum Persaingan Usaha. *Ius Quia Iustum* 20, No.2.
- Sjahdeini, Sutan Remy. (2018). E-Commerce Tinjauan dari Prespektif Hukum. *Jurnal Hukum Bisnis* Vol.6 No.6.
- Sumadi, P.S. (2017). Penegakan Hukum Persaingan Usahan (Hukum Acara Persaingan Usaha). In *Angewandte Chemie Internasional Edition*,6 (11).
- Utomo ,Tri Joko. (2010). Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel. *Fokus Ekonomi* Vol.5 No.1.