PENGATURAN *PREDATORY PRICING* DALAM *SOCIAL COMMERCE* TIKTOK *SHOP*

(Studi Komparasi Peraturan Persaingan Usaha Indonesia dan Jepang)

SKRIPSI

Oleh:

Berliana Fitri Yubi Sanovan

NIM: 20410867

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

PENGATURAN *PREDATORY PRICING* DALAM *SOCIAL COMMERCE* TIKTOK *SHOP*

(Studi Komparasi Peraturan Persaingan Usaha Indonesia dan Jepang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana (Strata-1) Pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Oleh:

Berliana Fitri Yubi Sanovan

NIM: 20410867

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

PENGATURAN *PREDATORY PRICING* DALAM *SOCIAL COMMERCE TIKTOK SHOP* (STUDI KOMPARASI PERATURAN PERSAINGAN USAHA INDONESIA DAN JEPANG)

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk diajukan
ke depan TIM Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendadaran
pada tanggal 12 Juni 2024

Yogyakarta, 2 April 2024
Dosen Pembmbing Tugas Akhir,

Siti Hapsah Isfardiyana, S.H., M.H.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

PENGATURAN *PREDATORY PRICING* DALAM *SOCIAL COMMERCE TIKTOK SHOP* (STUDI KOMPARASI PERATURAN PERSAINGAN USAHA INDONESIA DAN JEPANG)

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam
Ujian Tugas Akhir / Pendadaran
pada tanggal dan Dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 12 Juni 2024

Tim Penguji			Tanda Tangan
1. Ketua	:	Siti Anisah, Dr., S.H., M.Hum.	
2. Anggota	:	Siti Hapsah Isfardiyana, S.H., M.H.	
3. Anggota	:	Ratna Hartanto, S.H., LL.M.	.....

Mengetahui:
Universitas Islam Indonesia
Fakultas Hukum
Dekan,

Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.H.
NIK. 014100109

HALAMAN MOTTO

"Tujuan dari ilmu adalah mengamalkannya, maka ilmu yang hakiki adalah yang terefleksikan dalam kehidupannya, bukannya yang bertengger di kepala."

-Imam Syafi'i-

"Tidak pernah ada yang mudah di dalam kehidupan. Ada pekerjaan yang harus dilakukan dan kewajiban yang harus dipenuhi terhadap kebenaran, keadilan, dan kebebasan."

-John Fitzgerald Kennedy-

"Saya harus mengatakan bahwa saya selalu percaya perfeksionisme lebih merupakan penyakit daripada kualitas. Saya mencoba mengikuti arus tetapi saya tidak bisa melepaskannya."

-Rowan Atkinson (Mr. Bean)-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Diriku sendiri yang telah berjuang;

Keluarga besar yang selalu mendukung dan mendoakan; Para guru yang senantiasa ikhlas membagikan ilmunya kepada ku;

Dan

Semua teman-teman yang selalu menemani lika-liku perjalananku;

Serta tak lupa untuk Almamaterku tercinta.

CURRICULUM VITAE

1. **Nama** : Berliana Fitri Yubi Sanovan
2. **Tempat Lahir** : Sleman
3. **Tanggal Lahir** : 19 Desember 2001
4. **Jenis Kelamin** : Perempuan
5. **Alamat** : Jalan Mbahdrono III, RT. 04/RW.15, Sardonoharjo, Ngaglik, Kab. Sleman, D.I Yogyakarta
6. **Identitas Orang Tua**
   a) **Nama Ayah** : Yubi Novi Satria, S.E.
   b) **Nama Ibu** : Syamsiyah, S.E.
7. **Riwayat Pendidikan**
   a) **SD** : SD Muhammadiyah 14 Palembang
   b) **SMP** : SMP Negeri 3 Palembang
   c) **SMA** : SMA Plus Negeri 17 Palembang
8. **Organisasi** : 1) Lembaga Eksekutif Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia
   2) Marketing and Communication Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia
   3) Forum Kajian dan Penulisan Hukum (FKPH)
   4) Foreign Policy Community of Indonesia (FPCI) Universitas Islam Indonesia

9. Magang **:** 1) Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI)

2) Advokat Konstitusi

3) Heylaw

10. Volunteer : 1) AIESEC Indonesia Local Volunteer

2) Foreign Policy Community of Indonesia Model United Nation (FPCI MUN)

SURAT PERNYATAAN

ORISINALITAS KARYA ILMIAH/TUGAS AKHIR MAHASISWA

FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Bismillahirohmannirohim

Yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : BERLIANA FITRI YUBI SANOVAN

NIM : 20410867

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa skripsi dengan judul:

Pengaturan *Predatory Pricing* dalam *Social Commerce Tiktok Shop*

(Studi Komparasi Peraturan Persaingan Usaha Indonesia dan Jepang)

Karya ilmiah ini saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Sehubung dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya juga tunduk serta patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah karya ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku selama penyusunan;
2. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya tulis ilmiah ini ada pada saya, namun demi kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan

perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya tulis ilmiah saya tersebut

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas, saya sanggup menerima sanksi, baik sanksi administratif, akademik, bahkan pidana jika terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan saya tersebut. Saya juga akan bersifat kooperatif untuk hadir, menjawab, dan melakukan pembelaan atas hak-hak saya, serta menandatangani berita acara terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya, di depan "Majelis" atau "Tim" Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pemimpin fakultas apabila tanda tanda plagiasi disinyalir ada terjadi pada karya tulis ilmiah saya ini, oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun,

Yogyakarta, 27 Mei 2024



(Berliana Fitri Yubi Sanovan)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh, alhamdulillahirabbil alamin, pertama-tama saya panjatkan puji syukur kehadirat Allah Yang Maha Esa Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul "**Pengaturan *Predatory Pricing* dalam *Social Commerce Tiktok Shop* (Studi Komparasi Peraturan Persaingan Usaha Indonesia dan Jepang)**" ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Penulisan skripsi ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi tugas akhir guna meraih gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya serta kalangan akademisi hukum pada khususnya. Dalam kesempatan ini, perlu diucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta memudahkan pengerjaan skripsi ini hingga selesai, khususnya kepada:

1. Keluarga khususnya orang tua Penulis yang telah memberikan dukungan dalam berbagai bentuk, mulai dari doa hingga dukungan lainnya yang mungkin tidak akan bisa dibalas oleh Penulis dalam bentuk yang sama. Semoga berbagai dukungan tersebut dapat membuat Penulis menjadi anak yang dapat memberikan kebanggan dalam keluarga;
2. Ibu Siti Hapsah Isfardiyana,S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memotivasi dan memberikan arahan dalam membantu pengerjaan Tugas Akhir Penulis;

3. Yashinta Dewi Sakuntala sebagai teman yang telah menemani dan selalu menjadi tempat untuk berdiskusi, serta mendukung Penulis dalam perkuliahan Tugas Akhir ini;
4. Affan Ghifari, Ardila Mandak, Edison Luanmansar, Nawafa Aru Ariadno, Sabrina Putri, Andi Sitti Adawiya, Audrey Miracle, Meylischa Lamma, dan Muh. Agung Ainman. selaku sahabat-sahabat Magang Asisten Perancang Undang-Undang Program Magang Kampus Merdeka (MBKM) di Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI. Penulis mengucapkan banyak terima kasih karena mereka berperan begitu luar biasa dalam proses perkuliahan sampai penulisan Tugas Akhir ini; dan
5. Teman-teman Penulis yang tidak dapat Penulis tuliskan satu-persatu, Penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya karena telah menjadi rekan dan sahabat yang berarti dalam perjalanan selama perkuliahan ini;

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam mengkaji pelaksanaan pengaturan praktik *predatory pricing* di Indonesia. Penulis memahami bahwa hasil penelitian ini sangat sederhana dan jauh dari sebuah kesempurnaan. Maka Penulis sangat menerima segala kritik, saran dan masukan agar dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga apa yang dituliskan dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Yogyakarta, 28 Maret 2024



(Berliana Fitri Yubi Sanovan)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING iii

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI iv

HALAMAN MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

CURRICULUM VITAE vii

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ix

KATA PENGANTAR xi

DAFTAR ISI xiv

ABSTRAK xvi

BAB I 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 13

C. Tujuan Penelitian 13

D. Orisinalitas Penelitian 14

E. Kerangka Teori 19

F. Metode Penelitian 23

G. Kerangka Skripsi 26

BAB II 28

A. Konsep Persaingan Usaha 28

B. Konsep Praktik *Predatory Pricing* 36

C. Perdagangan Elektronik *(E-Commerce)* 43

D. Dasar Hukum Persaingan Usaha dalam Islam 48
BAB III 55
A. Pengaturan *Predatory Pricing* dalam *Social Commerce Tiktok Shop* Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dan Jepang..... 56
B. Potensi Pengaturan *Predatory Pricing* Berdasarkan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha di Indonesia dan Jepang..... 77
BAB IV 97
A. Kesimpulan 97
B. Saran..... 99
DAFTAR PUSTAKA 101

Abstrak

Pelaku usaha dilarang melakukan praktik *predatory pricing* sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tiktok *Shop* dalam praktiknya diduga melakukan *predatory pricing*. Ketidakjelasan aturan mengenai *predatory pricing* dalam Tiktok *Shop* dapat meningkatkan kerentanan pasar terhadap praktik yang tidak sehat, yang berpotensi mengancam stabilitas pasar. Penelitian ini akan membahas mengenai pengaturan *Predatory Pricing* dalam sistem elektronik, dengan melakukan studi komparasi terhadap peraturan persaingan usaha Indonesia dan Jepang. Studi komparasi dilakukan dengan peraturan negara Jepang karena peraturan di sana sudah jelas dalam memuat syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha yang diduga melakukan *predatory pricing*. Pelaku usaha di negara Jepang dalam praktiknya mempunyai angka praktik *predatory pricing* yang sangat rendah. Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif dengan fokus pada analisis literatur sekunder untuk mengeksplorasi regulasi perdagangan sistem elektronik dan praktik *predatory pricing*. Bahan-bahan hukum primer seperti undang-undang dan peraturan pemerintah, bersama dengan literatur hasil penelitian dan pendapat pakar hukum, menjadi landasan utama dalam penelitian ini. Peraturan yang mengatur praktik *predatory pricing* di Indonesia dan Jepang memiliki perbedaan dalam sanksi kurungan dan denda yang diterapkan, meskipun prinsip-prinsip dasarnya hampir sama. Lembaga Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mempunyai tugas dan wewenang untuk mengatasi praktik *predatory pricing*, dengan pengawasan berkala dan penerapan sanksi yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Kata-Kata Kunci: *Predatory Pricing*, Hukum Persaingan Usaha, Tiktok *Shop*, Komisi Pengawasan Persaingan Usaha

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian telah mengalami kemajuan yang sangat pesat dan mengakibatkan timbulnya persaingan usaha dalam berbagai aspek perekonomian nasional. Persaingan usaha harus dilaksanakan dengan baik agar dapat menciptakan pertumbuhan dunia usaha yang sehat dan menjamin kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha. Terbentuknya persaingan usaha yang sehat bertujuan agar pemusatan kekuatan ekonomi tidak hanya terpusat pada seseorang atau suatu kelompok usaha tertentu. Pada praktiknya di dalam dunia usaha banyak ditemukan perilaku pelaku usaha yang tidak sehat. Para pelaku usaha sering memupuk intensif untuk mendapatkan kekuatan pasar sehingga pelaku usaha dapat memperoleh keleluasan untuk mengendalikan harga dan faktor-faktor lain yang menentukan transaksi usaha.[1] Pelaku usaha yang menjual barang atau jasa dengan harga yang jauh lebih rendah dari biaya produksi agar para konsumen beralih membeli produk yang mereka tawarkan sehingga pelaku usaha lain tidak mampu untuk bersaing.

Seiring perkembangan zaman, semakin banyak pelaku usaha yang memasarkan produknya di media sosial yang memiliki pangsa pasar lebih luas, sehingga banyak perilaku para pelaku usaha yang tidak sehat di era

[1] Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

digital ini. Dalam praktiknya pelaku usaha melakukan beberapa tindakan yang dapat merugikan para kompetitornya seperti melakukan pembatasan pasar *(market restriction)*, membuat rintangan perdagangan *(barrier to entry)* masuk pasar, mengadakan kesepakatan kolusif *(collusive agreement)* untuk mengatur harga, membatasi *output*, mengatur pasar dan menjalankan praktik anti persaingan yang lain.[2] Pada Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut "UU Anti Monopoli") menyatakan bahwa "Pelaku Usaha dilarang melakukan pemasaran barang dan/atau jasa dengan cara melakukan jual beli atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya Praktik Monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat." UU Anti Monopoli tersebut telah mengatur beberapa tindakan yang dilarang dan akan berakibat pada persaingan tidak sehat. Salah satu tindakan yang dilarang dalam dalam UU Anti Monopoli yaitu pemasok barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau disebut juga dengan *predatory pricing* sebagaimana yang telah disebutkan dalam Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).[3] *Predatory Pricing* merupakan praktik jual rugi yang dilakukan oleh pelaku

[2] *Ibid.*

[3] Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

usaha yang bertujuan untuk menyingkirkan kompetitor atau persaingan di pasar yang sama.[4]

Praktik jual rugi pernah dilakukan oleh Platform Tiktok *Shop*. Penelitian ini mengkaji mengenai Tiktok *Shop* yang masih menjadi bagian dari aplikasi Sosial Media Tiktok, sebelum *merger* dengan *e-commerce* Tokopedia dan dikeluarkannya Peraturan Menteri Perdagangan tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Artinya, dalam hal ini Tiktok *Shop* dapat dikategorikan sebagai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) *Social Commerce*. *Social Commerce* merupakan bagian dari *e-commerce* yang memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam sosial media, untuk dapat melakukan dan mendukung interaksi pengguna dalam perdagangan secara *online*.[5] Tiktok *Shop* terbukti menjual produk dengan harga yang jauh lebih murah dari kompetitornya yang dilakukan dalam kurun lama sehingga terjadi penurunan jumlah penjualan yang sangat signifikan dari pelaku usaha pesaingnya (*e-commerce* lainnya dan UMKM lokal). Kunjungan Menteri Perdagangan Indonesia ke Pasar Tanah Abang pada 28 September 2023, bahwa banyak produk yang dijual di Tiktok *Shop* dijual dengan harga yang sangat rendah atau jual rugi. Produk tersebut diduga produk hasil impor, sehingga pedagang lokal yang menggunakan

[4] Syalal, M. 2022. "Dugaan Praktik *Predatory Pricing* dalam *Electronic Commerce* di Indonesia". *Jurnal Hukum Bisnis*. Vol. 01 , No. 02.

[5] Agustina, D. 2017. "Fitur *Social Commerce* dalam *Website E-Commerce* di Indonesia". *Jurnal Informatika Mulawarman*. Vol. 12 , No. 01. hlm.26.

social commerce pun akan tetap kalah di pasar pelaku usaha.[6] Salah satu contohnya adalah Toko Hijab pada Tiktok *Shop* yang menjual produk jilbabnya dengan harga Rp. 3.000 - Rp.5.000, sedangkan diketahui bahan dan kualitas jilbab tersebut dari seorang produsen bermodalkan Rp.19.500.[7] Pemerintah Indonesia diharap dapat segera membuat aturan yang tegas terkait berkembangnya media sosial yang merangkap menjadi *electronic commerce* (*e-commerce*), yang mana platform Tiktok ini secara tidak langsung telah melakukan jual rugi yang bisa membunuh produk UMKM di Indonesia. Ketua Umum Asosiasi Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia Hermawati Setyorinny mengatakan, praktik jual rugi atau menjual barang di bawah harga modal atau bahan baku yang tengah marak di platform Tiktok sangat merugikan pelaku UMKM. Hal itu membuat UMKM menjadi sulit bersaing.[8]

Jangka pendek dari praktik jual rugi dapat menguntungkan karena konsumen menikmati harga barang atau jasa yang rendah. Secara jangka panjang, setelah para pesaing tersingkir dari pasar, pelaku usaha predator akan kembali menaikkan harga barang atau jasa. Praktik jual rugi tersebut mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan tidak sehat.

Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 20 UU Anti Monopoli, bahwa *Predatory Pricing* tidak selalu dilarang, akan tetapi harus dapat dibuktikan

---

[6] M. Robby Septiyan (2023, 13 Okt). Tiktok *Shop* dan Kasus *Predatory Pricing* di Indonesia, Aturannya?. tempo.com. Diakses pada tanggal 28 Desember 2023.

[7] Rania Wahyono (2023, 19 Des). 5 Alasan Mengapa Tiktok *Shop* Bisa Membunuh UMKM Indonesia. kompasiana.com. Diakses pada tanggal 12 Februari 2023.

[8] Ritchie B. Tongo. (2023, 19 Sep). Dugaan *Predatory Pricing* Tiktok *Shop* yang Mengancam UMKM. www.republika.id. Diakses tanggal 28 Desember 2023.

bahwa *Predatory Pricing* yang terjadi dapat menyebabkan suatu persaingan usaha yang tidak sehat. Pasal 20 UU Anti Monopoli ini dapat berlaku jika penetapan suatu harga barang di bawah rata-rata harga pasar sebagaimana bisa menimbulkan pelaku usaha yang lainnya akan mati serta, mengakibatkan suatu persaingan atau kegiatan usaha yang tidak sehat, maka dari larangan tersebut dapat bersifat mendukung maupun menghambat persaingan, hal inilah yang mengakibatkan kekaburan norma, karena ketidakjelasan mengenai kualifikasi dari *Predatory Pricing* yang dianggap masih samar-samar yang dapat menjadikan suatu persaingan usaha menjadi tidak sehat.

Pelaku usaha yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik haruslah mempunyai prinsip-prinsip, salah satunya beritikad baik. Pengaturan ini telah diatur dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Prinsip beritikad baik, yaitu ketika pelaku usaha dan konsumen dalam hal ini melakukan kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) wajib memiliki itikad baik. dimana pelanggaran atas asas ini berakibat batalnya kesepakatan diantara para pihak, dengan tidak mengurangi atau mengabaikan hak-hak dari pihak yang memiliki itikad baik dalam melakukan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).[9] Pelaku usaha yang melakukan jual rugi dengan tujuan untuk memonopoli pasar dan

[9] Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

menaikkan harga ketika berada di posisi tersebut, dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha yang tidak memegang prinsip beritikad baik.

Selanjutnya, beberapa kegiatan jual beli pelaku usaha pada sistem elektronik *social commerce* dan *e-commerce* telah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Peraturan pemerintah ini diatur karena terdapat praktik jual rugi yang dilakukan oleh Tiktok *Shop*, yang dimaksud praktek jual rugi disini adalah memperdagangkan produk dengan separuh harga grosir.[10] Pada Pasal 13 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 menjelaskan bahwa didalam melaksanakan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) harus dilakukan upaya pengawasan, pencegahan dan penanggulangan bentuk dari praktik persaingan usaha yang tidak sehat. Hal ini sebagai bentuk preventif akan adanya praktik jual rugi, akan tetapi dari peraturan ini belum mengatur terkait karakteristik apa saja seseorang atau sekelompok pelaku usaha dapat dikategorikan melakukan praktik jual rug*i.* Lalu, dalam jangka waktu berapa lama dalam menjual produk atau jasa dengan harga jual rugi dapat dikatakan sebagai pelaku praktik jual rugi *(predatory pricing)*. Tidak adanya peraturan yang mengatur terkait dengan karakteristik jual rugi inilah yang menyebabkan ketidak jelasan sehingga, memungkinkan untuk terjadinya praktik jual rugi di dalam pasar.

[10] Alwi, N dan M, Imron. 2023. *"*Analisis Respon UMKM dan Konten Kreator Terhadap Kebijakan *Social Commerce* Lewat Peraturan Menteri Perdagangan*"*. *Jurnal Hukum*. Vol. 11 , No. 03.

Hukum persaingan usaha di Jepang disebut *Shiteki dokusen no kinshi oyobi kosei torihiki ni kansuru horitsu*[11]. Peraturan utama yang berada di bawah hukum persaingan usaha Jepang adalah Undang-Undang tentang Larangan Monopoli dan Pemeliharaan Perdagangan yang Adil. Selanjutnya, disebut dengan "Undang-Undang Anti Monopoli Jepang" atau "UUAM" mengalami beberapa kali perubahan, terakhir diubah pada tanggal 6 April 1991 yang diundangkan dalam Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1991. Dalam Pasal 1 UU Antimonopoli di Jepang menjelaskan tujuan dari dibentuknya UU Anti Monopoli adalah untuk mempromosikan persaingan bebas dan adil, menginspirasi inisiatif kewirausahaan dan mempromosikan bisnis perusahaan. Meningkatkan lapangan pekerjaan dan pendapatan nasional, sehingga membuat ekonomi nasional di Jepang menjadi ekonomis dan untuk mempromosikan pembangunan yang sehat dan mengamankan kepentingan konsumen umum. Tujuan dari peraturan ini adalah untuk meningkatkan kebebasan dan keadilan dalam persaingan, mendorong pertumbuhan wirausaha, memajukan kegiatan usaha pelaku ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja dan pendapatan nasional di Jepang serta, mendorong berkembangnya demokrasi dan ekonomi yang sehat.[12]

Undang-Undang Anti Monopoli Jepang yang menjadi subjek hukum dalam peraturan ini adalah orang atau perusahaan yang menjalankan bisnis

[11] Bahasa Inggris: The 1947 *Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance Fair Trade*. Bahasa Indonesia: Undang-Undang tentang Larangan Monopoli dan Perdagangan yang Adil.

[12] Nugroho, S. A. 2002. *Pengantar Hukum Persaingan Usaha di Indonesia, ed.3.* Jakarta: Prenada Media Grup,

komersial, industri, keuangan dan atau lainnya. Subjek hukumnya petugas manapun, karyawan agen atau orang lain yang bertindak untuk kepentingan perusahaan manapun yang dianggap sebagai bagian dari perusahaan dalam hal penerapan ketentuan-ketentuan dalam peraturan ini (*Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade*, 1947). Artinya FTC Jepang tidak membatasi hanya perusahaan/perorangan yang berkedudukan dan menjalankan usahanya di Jepang, melainkan FTC Jepang dapat mengadili pelaku usaha di luar Jepang yang memiliki dampak ekonomi secara signifikan di Jepang dan menyebabkan persaingan usaha tidak sehat di Jepang, hal ini merupakan keunggulan dari FTC Jepang dapat mengadili pelaku usaha yang menyebabkan persaingan usaha tidak sehat disana.[13]

UUAM memiliki ketentuan khusus yang dirancang khusus untuk mengambil tindakan terhadap penetapan jual rugi. Namun, terdapat 3 kemungkinan yang dapat memerangi perilaku tersebut berdasarkan ketentuan mengenai diskriminasi harga, penjualan dengan harga rendah yang tidak adil dan monopoli pribadi. Menurut Pasal 19 Undang-Undang itu melarang pengusaha untuk menggunakan praktik bisnis tidak adil yang mencakup diskriminasi harga dan penjualan dengan harga rendah yang tidak adil. Istilah "praktik perdagangan tidak adil" dapat diartikan sebagai tindakan apa pun yang datang di bawah salah satu kategori praktik

[13] Habib, M. B, Pridas, Y & Oktaviana, H. 2022. "Urgensi Revisi Undang-Undang Anti Monopoli Indonesia Studi Perbandingan *Fair Trade Commision* Jepang". *Jurnal Hukum Bisnis*. Vol. 01 , No. 02.

pembatasan yang diatur dalam Pasal 2 ayat (9) yang cenderung menghambat persaingan yang sehat dan yang ditetapkan oleh Komisi Perdagangan yang Adil Jepang (*Japan Fair Trade Commission* atau JFTC). Penunjukan FTC untuk kedua praktik ini adalah:

"Price discrimination. Unjustly supplying or accepting a commodity or service at prices which discriminate between regions or between customers".[14]
"Unjust low-priced sales. Without proper justification, supplying a commodity or service continuously at a price which is notably below cost incurred in that supply, or otherwise unjustly supplying a commodity or service at a low price, thereby tending to cause difficulties in the business activities of other entrepreneurs".[15]

Kriteria I, dalam UUAM, bahwa harga dibawah biaya dapat dipandang sebagai semacam praktik perdagangan tidak adil yang umumnya dilarang dalam peraturan. Dalam Pasal 2 ayat (9) UUAM menetapkan bahwa salah satu praktik perdagangan tidak adil adalah bahwa tanpa ada alasan yang dapat membenarkan, bahwa memasok barang atau jasa secara terus-menerus dengan pertimbangan yang jauh di bawah biaya yang diperlukan untuk pasokan. Menurut *Guidelines Concerning Unjust Low Price Sales under the Antimonopoly Act* (GULPS) terdapat 3 persyaratan yang harus dipenuhi untuk dapat menemukan penjualan dengan harga rendah ilegal tidak adil berdasarkan Pasal 2 ayat (9) UUAM. Persyaratan pertama, yaitu mode pemotongan harga, apakah ada prtimbangan yang berlebihan atau tidak di bawah biaya yang diperlukan untuk pasokan. Dalam praktiknya hal seperti ini harus diperiksa kasus per kasus. Biasanya, harga

[14] Jepang, *Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade*, Penjelasan Umum.
[15] *Ibid*. Ps. 2 (9).

yang lebih rendah dari biaya berfitur variabel, mengacu pada biaya produksi, dianggap sebagai pertimbangan secara berlebihan di bawah biaya yang diperlukan untuk pasokan. Persyaratan kedua, kecenderungan menyebabkan kesulitan untuk kegiatan bisnis perusahaan lain.

Kriteria II, dalam Pasal 3 UUAM penetapan harga di bawah biaya juga dapat dianggap sebagai monopoli pribadi.[16] Jika melihat ketentuan dalam Pasal 2 ayat (5) UUAM sebagai kegiatan bisnis, baik pengusaha ataupun individu dengan cara lain apapun, dan mengendalikan kegiatan bisnis wirausahawan lain, sehingga menyebabkan, permasalahan ekonomi secara publik. Menurut *Guidelines for Exclusionary Private Monopoli under the Antimonopoly Act* (GEMP), penetapan harga dibawah biaya melibatkan penilaian yang dilakukan dengan cara melihat dari kasus per kasus pasar. Beberapa faktor yang harus dipenuhi dalam penilaian harga dibawah biaya (praktik jual rugi), yang dapat membuktikan apakah hal yang dilakukan pelaku usaha akan menyebabkan kesulitan dalam kegiatan bisnis atau tidak. Hal ini dilakukan oleh Komisi Perdagangan Adil (*Japan Foreign Trade Council*) secara komprehensif mempertimbangkan berbagai faktor, yang meliputi:

1. Seluruh pasar produk, seperti karakteristik produk, skala ekonomi, tingkat diferensiasi produk, saluran distribusi, dinamika pasar serta kesulitan masuk pasar;

[16] *Legislation Japan Fair Trade Commission 1982 The Antimonopoly Act* (AMA).

2. Posisi perusahaan tersebut dan pesaing di pasar, seperti pangsa produk, peringkatnya, nilai merek produk, kapasitas pasokan berlebih, skala operasi, dan proporsi produk yang relevan di semua bisnis perusahaan;
3. Periode perilaku dan pergantian serta jumlah produk;
4. Kondisi perilaku, termasuk niat, iklan, dan publisitas yang terkait dengan pemotongan beras.[17]

Berdasarkan beberapa pengaturan yang telah dijelaskan di atas, menunjukan bahwa pengaturan tentang persaingan usaha khususnya praktik jual rugi di Indonesia dan di Jepang tidak jauh berbeda. Pengaturan tentang persaingan usaha Indonesia dan Jepang sama-sama menganut doktrin-doktrin yang berkembang di internasional, yaitu yang menyatakan bahwa jual rugi dapat mematikan pasar dan menciptakan pasar yang tidak sehat. Dalam pengaturan, di Jepang lebih memuat pengaturan dan larangan lebih rinci terkait dengan jual rugi dan pembagian kategori mengenai klasifikasi jual rugi, yaitu jual rugi sebagai salah satu jenis praktik perdagangan tidak adil dan juga sebagai bentuk monopoli swasta baik perorangan maupun kelompok. Dalam hal ini juga melibatkan Komisi Perdagangan Adil (*Japan Foreign Trade Council*) sebagai komisi yang mengawasi dan menetapkan kriteria apakah suatu pelaku usaha itu dapat dikatakan melakukan praktik jual rugi atau tidak. Hal ini memberikan kepastian hukum kepada masyarakat Jepang, terutama bagi pelaku usaha baik secara umum maupun

[17] Ameilya, Y. 2021. "Indikasi *Predatory Pricing* pada Praktik Perang Harga Antara Pelaku Usaha *Financial Technology (Fintech)* Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia" . *Jurnal Hukum*. Vol. 01 , No. 38.

secara khusus, dalam hal ini pelaku usaha dalam sistem elektronik. Dengan terperincinya pengaturan dan larangan mengenai praktik jual rugi di Jepang, maka pelaku usaha pun akan berusaha sebaik mungkin untuk menjalankan usahanya tanpa melakukan praktik jual rugi yang dapat mematikan dan menciptakan pasar tidak sehat.

Ketidakjelasan peraturan yang mengatur tentang praktik jual rugi dalam kegiatan usaha elektronik (*e-commerce*) di Indonesia, membuat pasar pelaku usaha menjadi rentan akan kegiatan jual rugi. Hal ini akibatnya dapat mematikan pasar dan menciptakan pasar tidak sehat. Studi komparasi dilakukan dengan peraturan *predatory pricing* di negara Jepang karena negara Jepang sudah memiliki pengaturan terkait *predatory pricing* yang sama dalam Undang-Undang dan Peraturan Komisi, akan tetapi, substansi dari Undang-Undang dan Peraturan Komisinya berbeda dengan peraturan di Indonesia. Pelaku usaha di negara Jepang dalam melakukan praktik *predatory pricing* persentasenya sangatlah rendah dibandingkan di negara Indonesia. Serta, perbedaan harga di dalam menawarkan suatu barang atau jasa di negara Jepang antara satu pelaku usaha dengan yang lainnya tidak beda drastis. Oleh karena itu, dapat dibuat penelitian dengan judul **"Pengaturan *Predatory Pricing* dalam *Social Commerce* Tiktok *Shop* (Studi komparasi peraturan persaingan usaha Indonesia dan Jepang)"**. Sebagai bentuk kepastian hukum yang mengatur transaksi penjualan *online* yang melakukan jual rugi (*predatory pricing)* dengan tujuan agar dapat

tercipta persaingan usaha yang sehat dan pemusatan kekuatan ekonomi tidak hanya terpusat pada seseorang atau suatu kelompok usaha tertentu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan *predatory pricing* dalam *Social Commerce* Tiktok *Shop* berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dan Jepang?
2. Bagaimana potensi pengaturan *predatory pricing* berdasarkan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha di Indonesia dan Jepang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka tujuan dilakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaturan *predatory pricing* dalam *Social Commerce* Tiktok *Shop* berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dan Jepang.
2. Untuk menganalisis bagaimana potensi pengaturan *predatory pricing* berdasarkan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha di Indonesia dan Jepang.

D. Orisinalitas Penelitian

Beberapa karya ilmiah berupa jurnal dan skripsi yang penulis temukan melalui penelusuran internet yang memiliki korelasi atau kemiripan dengan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Skripsi Fakultas Hukum berjudul "Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep *Predatory Pricing* Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha" ditulis oleh Yolanda Eka Eriyanti pada tahun 2019. Objek pada penelitian ini adalah transportasi *online*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah promo transportasi *online* gojek tidak bertentangan dengan praktik jual rugi dalam perspektif hukum persaingan usaha. Selain itu, untuk mengetahui akibat hukum dari praktik jual rugi dalam perspektif hukum persaingan usaha. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa promo dalam aplikasi transportasi *online* gojek tidak bertentangan dengan konsep jual rugi dalam hal ini penurunan harga sebagai kegiatan promosi saja, dan merupakan kegiatan pendukung dari periklanan. Dalam akibat hukumnya jika tindakan pelaku usaha memenuhi unsur jual rugi maka dapat dikenakan tindakan administratif maupun sanksi pidana. Pada penelitian ini menggunakan objek transportasi *online* dan objek penelitian penulis *social commerce* (Tiktok *Shop*).
2. Jurnal Hukum berjudul "Pengaturan *Predatory Pricing* Transportasi *Online* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha" ditulis oleh Ni Putu Yuley Restiti, Ni Luh Made Mahendrawati, dan Ni Made Sukaryati

Karma Vol.3 No.1 tahun 2021. Objek pada penelitian ini adalah transportasi *online*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan penulis yang menyangkut tentang pengaturan jual rugi dalam persaingan usaha di Indonesia. Selain itu, untuk mengetahui relevansi promosi transportasi *online* terhadap pengaturan hukum jual rugi. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa para pelaku usaha yang menggunakan promosi sebagai strategi untuk meningkatkan pasaran merupakan hal yang biasa dilakukan dalam persaingan usaha. Dewasa ini strategi promosi kerap dilakukan oleh pelaku usaha khususnya dalam hal ini adalah pelaku usaha jasa transportasi *online* yang menggunakan promosi untuk menutupi persaingan usahanya yang dilakukan secara tidak sehat, yakni praktik jual rugi. Pelaku usaha tersebut mengadakan promosi dengan cara menurunkan harga yang serendah-rendahnya dan kerap kali dengan waktu yang sangat lama. Dengan demikian pelaku usaha lain tidak mampu untuk bersaing, sehingga dapat mematikan usaha pesaingnya dan pelaku usaha yang baru akan sulit untuk masuk ke pasaran. Akan sulit untuk dapat dibuktikan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha jasa transportasi *online* tersebut adalah suatu strategi pemasaran yang hanya bertujuan untuk menarik minat para konsumen atau merupakan praktik jual rugi yang tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan banyak konsumen tetapi juga untuk menjatuhkan atau mematikan pesaing pesaingnya. Hal tersebut karena

saat ini belum ada pengaturan yang jelas mengenai kegiatan promosi tersebut. Dalam UU No. 5 Tahun 1999 tidak terdapat pengaturan tentang strategi promosi tersebut, meskipun pada pasal 20 telah diatur mengenai praktik jual rugi (*predatory pricing*). Yang membedakan penelitian ini dan penelitian penulis ialah objek penelitiannya. Pada penelitian ini menggunakan objek transportasi *online* dan objek penelitian penulis *social commerce* (Tiktok *Shop*).

3. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan berjudul "*Predatory Pricing* dalam *E-Commerce* Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha" ditulis oleh Vicky Darmawan A.P dan Ditha Wiradiputra Vol.6 No.3 tahun 2022. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaturan larangan pbabraktik jual rugi (*predatory pricing*) berdasarkan hukum persaingan usaha di Indonesia dan untuk menganalisis apakah penjualan barang impor dengan harga yang murah dalam *e-commerce* termasuk dalam kategori jual rugi yang dilarang dalam hukum persaingan usaha di Indonesia. Hasil dari penelitian ini Larangan praktik jual rugi (*predatory pricing*) di Indonesia diatur dalam ketentuan Pasal 20 UU No. 5/1999 yang dirumuskan secara *rule of reason.* Sehingga harus dibuktikan sejumlah unsur yang mengarah pada adanya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Untuk menentukan apakah penjualan barang impor dengan harga sangat murah dalam *e-commerce* termasuk kategori jual rugi yang dilarang dalam hukum persaingan usaha di Indonesia, harus dibuktikan sejumlah unsur dalam

Pasal 20 UU No. 5/1999. Banyaknya produk impor dari luar negeri yang ditawarkan dengan harga murah di platform *e-commerce* yang berpotensi merugikan UMKM lokal tidak serta merta dikategorikan praktik jual rugi yang melanggar UU No. 5/1999, karena larangan jual rugi di Pasal 20 UU No.5/1999 dirumuskan secara *rule of reason*. Untuk menyesuaikan dengan perkembangan perdagangan secara elektronik serta mengakomodir kebutuhan pengaturan yang semakin kompleks terkait hukum anti monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat sebaiknya dilakukan penyempurnaan terhadap UU No. 5/1999. Pada penelitian ini mengkaji terkait dengan penjualan barang impor dengan harga yang sangat murah dalam *e-commerce* secara keseluruhan. Sedangkan, pada penelitian penulis mengkaji terkait dengan pengaturan larangan praktik jual rugi yang dilakukan Tiktok *Shop* berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia.

4. Jurnal Hukum berjudul "Dugaan Praktik *Predatory Pricing* dalam *Electronic Commerce* di Indonesia" ditulis oleh Maher Syalal Hasybas Vol.1 No.2 tahun 2022. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pemberian *flash sale* (diskon besar-besaran) yang dilakukan pelaku usaha *e-commerce* dapat dikategorikan sebagai praktik jual rugi menurut Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan untuk mengetahui sejauh mana Pengawasan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) terhadap Pelaku Usaha dalam *e-commerce*. Hasil dari penelitian ini menunjukan

bahwa Pelaku usaha hanya bisa dikategorikan menerapkan tindakan jual rugi yang dilarang jika jual rugi dilangsungkan dalam jangka waktu tertentu, kemudian meningkatkan harga secara signifikan pada periode waktu berikutnya. Sementara harga yang ditawarkan oleh *platform* di *e-commerce* pada saat program *flash sale* berakhir dikembalikan pada harga semula sebelum program *Flash sale*. KPPU sebagai otoritas yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menjaga stabilitas pasar memiliki dua pendekatan yang digunakan untuk menetapkan suatu perbuatan merupakan perilaku yang menghambat persaingan sehat atau tidak. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian ini berfokus pada pemberian *flash sale* yang dilakukan pelaku usaha dalam *e-commerce* apakah dapat dikategorikan sebagai praktik jual rugi sedangkan, penelitian penulis mengkaji terkait dengan pengaturan larangan praktik jual rugi yang dilakukan Tiktok *Shop* berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia.

5. Jurnal Hukum berjudul "Keterkaitan Pemberian *Discount* Pada Produk Kosmetik dengan Konsep *Predatory Pricing* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha" ditulis oleh Firsty Sasi Suci, Dr. R. Teddy Prima Anggriawan,S.H., S.Sos., M.Kn., CLA, dan Aldira Mara Ditta Caesar Purwanto, S.H., M.H. Vol.1 No.2 tahun 2023. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui benar tidaknya pemberian discount besar-besaran pada produk kosmetik yang beredar di Indonesia termasuk dalam konsep jual rugi dalam perspektif Hukum Persaingan Usaha. Hasil dari

penelitian ini membuktikan bahwa pemberian *discount* pada produk kosmetik tidak termasuk dalam praktik jual rugi dalam persaingan usaha, namun menjadi salah satu bagian dari trik promosi para pelaku usaha. Perbedaan Penelitian ini dan penelitian penulis terletak pada objeknya, pada penelitian ini menggunakan objek produk kosmetik sedangkan, penelitian penulis menggunakan salah satu *e-commerce (*Tiktok *Shop*) sebagai objek penelitian.

E. Kerangka Teori

1. Teori Persaingan Usaha

Persaingan usaha tidak sehat diatur berdasarkan Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 yang menyebutkan bahwa "Persaingan Usaha tidak sehat adalah persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha". Dalam hal ini persaingan usaha dapat diartikan sebagai kondisi persaingan di antara pelaku usaha yang berjalan secara tidak *fair*. Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 memberikan tiga indikator untuk menyatakan terjadinya persaingan usaha tidak sehat, yaitu:[18]

a. Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur
b. Persaingan usaha yang dilakukan dengan melawan hukum

[18] Kamal, M. 2010, Hukum Persaingan Usaha. Jakarta: Raja Grafindo Persada. hlm.10.

c. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan di antara pelaku usaha.

Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur dapat dilihat dari bagaimana cara pelaku usaha bersaing dengan pelaku usaha lainnya, yaitu dengan cara melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku atau peraturan yang telah disepakati. Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur dalam hal ini dapat diartikan sebagai segala tingkah laku yang tidak sesuai dengan itikad baik dan kejujuran dalam berusaha. Contohnya, dalam persaingan tender, ketika para pelaku usaha telah melakukan konspirasi usaha dengan panitia lelang dengan tujuan untuk dapat memenangkan sebuah tender. Akibat ketidakjujuran ini pelaku usaha lainnya tidak mendapatkan kesempatan untuk memenangkan tender tersebut.[19] Perbuatan ini termasuk perbuatan melawan hukum, karena dalam praktek bisnis atau persaingan usaha yang dilakukan tidak beritikad baik dan tidak jujur yang dapat mematikan persaingan yang sebenarnya ataupun merugikan perusahaan pesaing secara tidak sehat dan juga dapat merugikan konsumen.[20] Kondisi seperti ini dapat dilihat jika seorang atau sekelompok pelaku usaha yang mendapatkan fasilitas khusus sehingga menjadikan pasar tidak bersaing secara kompetitif.

Selanjutnya, persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum dapat dilihat dari cara pelaku usaha dalam bersaing dengan pelaku

[19] *Ibid.* hlm.17,

[20] Sidabalok, J. 2006. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia: dengan Pembahasan atas Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, Bandung: PT Citra Aditya Bakti. hlm. 222- 223.

usaha lain dengan melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku atau peraturan yang disepakati. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan di antara pelaku usaha melihat kondisi pasar yang tidak sehat. Dalam pasar ini mungkin tidak terdapat kerugian pada pesaing lain, dan para pelaku usaha juga tidak mengalami kesulitan. Akan tetapi, perjanjian yang dilakukan pelaku usaha menjadikan pasar bersaing secara tidak kompetitif.[21]

2. Teori *Predatory Pricing*

Jual rugi (*Predatory Pricing*) merupakan salah satu kegiatan yang dilarang secara *Rule of Reason* yang memungkinkan pengadilan dapat mempertimbangkn faktor-faktor kompetitif dan menetapkan layak atau tidaknya suatu hambatan perdagangan. Artinya untuk mengetahui apakah hambatan tersebut bersifat mencampuri, mempengaruhi, atau bahkan menghambat proses persaingan.[22] Sedangkan, menurut Andi Fahmi Lubis, *Predatory Pricing* dapat didefinisikan sebagai sebuah tindakan yang dilakukan suatu perusahaan untuk menyingkirkan kompetitornya melalui penetapan harga di bawah ongkos produksi lalu, setelah pesaing tersingkir dan tidak dapat masuk kembali ke dalam pasar, maka perusahaan tersebut dapat menaikkan harga. Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

[21] *Ibid*, hlm. 11.

[22] Sullivan, T and Jeffrey, 1994 L. *Understanding Antitrust and Its Economic Implication*. New York: Matthew Bender dan Co. hlm. 85.

tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyebutkan:

> "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 memastikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat".[23]

Sehingga, dapat diartikan bahwa Predatory Pricing adalah tindakan suatu perusahaan dalam menetapkan harga dibawah biaya produksi dengan maksud untuk menyingkirkan pesaing.

3. Teori Perdagangan Elektronik

Perdagangan Elektronik merupakan bentuk transaksi bisnis atau pertukaran informasi yang dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, transaksi bisnis ini terjadi antara perusahaan atau penjual dan konsumen.[24] Perdagangan Elektronik dapat diartikan juga sebagai kegiatan bisnis yang terjadi antara konsumen, manufaktur, *service provider*, dan pedagang. Dalam kegiatannya menggunakan jaringan internet.[25] Sedangkan, pengertian transaksi Perdagangan Elektronik yang dikemukakan oleh Julian Ding, *electronic commerce Transaction* merupakan transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa, atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media

[23] Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

[24] Sanusi, A. 2011. *Hukum E-commerce*, Jakarta:Sasrawarna Printing. hlm. 219.

[25] Halim, A. B dan Prasetyo, T. 2005. *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar. hlm. 10.

elektronik yang mana para pihak tidak hadir secara fisik. Media yang digunakan terdapat di dalam jaringan internet atau *World Wide Web*."[26]

Pada Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa:

> "Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya."

Dalam kaitannya dengan persaingan usaha di zaman digitalisasi saat ini, banyak pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk menawarkan barang atau jasa yang diperjualbelikan. Harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang menggunakan media *e-commerce* tidak sedikit yang menawarkan barang atau jasanya dengan harga murah dibawah pasar namun, dalam hal ini jika dilakukan secara terus menerus dapat dikategorikan sebagai praktik jual rugi.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

   Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian hukum normatif. Menurut Soerjono Soekanto, yaitu penelitian hukum normatif dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur yang berkaitan dengan

[26] Triwulan, T. 2008. *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Cet ke- 2, Jakarta:Kencana. hlm. 374.

permasalahan yang diteliti.[27] Penelitian dengan yuridis normatif ditunjukan pada penelitian terhadap asas-asas hukum, sistematika hukum, dan taraf sinkronisasi hukum.[28]

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual, kasus dan komparasi peraturan negara lain. Penelitian dilakukan dengan menelaah, memadukan dan membandingkan berbagai Undang-Undang dan regulasi yang memiliki kaitan dengan masalah yang diteliti dan kasus riil yang terjadi di lapangan, yakni praktik *pricing price* yang dilakukan oleh *platform* Tiktok *Shop*.

3. Bahan Hukum

Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang terdiri dari:

a. Bahan hukum primer merupakan bahan-bahan hukum yang memiliki kekuatan mengikat dan ditetapkan oleh pihak yang berwenang.[29] Pada penelitian ini:

1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;

---

[27] Soekanto. S dan Mamudji, S. 2001. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkatan*, Jakarta: Rajawali Pers, hlm.1.

[28] Waluyo, B, 1996. *Penelitian Hukum Dalam Praktik*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm.13.

[29] Soerjono Soekanto, *Op.Cit,*, hlm.5.

3) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik;
4) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.
5) Peraturan Komisi Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti Undang-Undang, buku-buku atau literatur dari hasil penelitian, pendapat pakar hukum, dan lainnya.[30] Pada penelitian ini:

1) *Shiteki dokusen no kinshi oyobi kosei torihiki ni kansuru horitsu;*[31]
2) *The Rules of Fair Trade Commision Guidelines Concerning Unjust Price Sales Under The Antimonopoly (GULPS).*

c. Bahan Hukum Tersier

[30] Marzuki, P. M. 2005. *Penelitian Hukum*, Surabaya: Kencana Prenada Media Group, 2005, hlm.142.

[31] Bahasa Inggris: The 1947 *Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance Fair Trade*. Bahasa Indonesia: Undang-Undang tentang Larangan Monopoli dan Perdagangan yang Adil.

Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus umum dan ensiklopedia yang menjadi bahan tambahan yang berkaitan dengan penelitian ini.[32]

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah Studi Pustaka, yaitu dengan cara mengkaji peraturan hukum persaingan usaha di Jepang, buku-buku literatur, jurnal hukum, dan hasil penelitian hukum yang berkaitan dengan topik yang dikaji pada penelitian ini.

5. Analisis Data

Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu data primer pada penelitian ini diuraikan dan kemudian dijadikan sebagai kalimat yang logis, runtut, serta efektif yang kemudian diartikan dengan kasus riil yang terjadi dan menjadi masalah dalam penelitian ini.

G. Kerangka Skripsi

Kerangka penulisan skripsi ini dibagi menjadi 4 (empat) bab, yaitu:

BAB I: Bab ini merupakan Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, orisinalitas penelitian, tinjauan pustaka, definisi operasional, dan metode penelitian.

[32] Abdurrahman. 2009. *Sosiologi dan Metodologi Penelitian Hukum*. Malang: UM Press.

BAB II: Bab ini merupakan uraian mengenai Tinjauan Umum pengaturan larangan praktik jual rugi dalam sistem perdagangan elektronik berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dan Jepang

BAB III: Bab ini merupakan Hasil Penelitian dan Pembahasan mengenai pengaturan larangan praktik jual rugi dalam sistem perdagangan elektronik berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dan Jepang

BAB IV: Bab ini merupakan Penutup yang berisi kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan saran

BAB II

TINJAUAN UMUM PENGATURAN *PREDATORY PRICING* DALAM HUKUM PERSAINGAN USAHA

A. Konsep Persaingan Usaha

1. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan usaha berarti persaingan atau kegiatan bersaing, kompetisi atau bertanding, sedangkan dalam kampus manajemen yaitu suatu usaha-usaha dari dua pihak atau lebih dimana perusahaannya masing-masing bergiat mendapatkan pesanan, dengan menawarkan harga yang paling menguntungkan persaingan ini terdapat berbagai macam seperti pemotongan harga, iklan atau promosi dan lain-lain. Dalam hal ini persaingan usaha dapat diartikan sebagai persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan pemasaran kegiatan produksi baik melalui barang atau jasa yang dimiliki oleh pelaku usaha.[33]

Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 1 angka 6 menjelaskan bahwa:

> "Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha."

[33] Marbun, B. N. 2003. *Kamus Manajemen.* Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. hlm.78.

Selanjutnya, persaingan usaha sehat dapat diartikan sebagai pelaku usaha yang mematuhi peraturan dan undang-undang yang berlaku dan mempunyai itikad baik dalam dunia bisnis sehingga, tidak ada persaingan, jujur dan tidak merugikan pihak lain. Persaingan usaha dapat dikatakan bahwa dimana para pelaku usaha berlomba-lomba untuk bersaing mencari cara untuk mendapatkan keuntungan. Selain itu, persaingan usaha juga dapat diartikan sebagai kondisi dimana terdapat dua pihak atau lebih yang satu sama lain saling bersaing dan mengungguli dalam mencapai tujuan.[34]

Selanjutnya, persaingan usaha selalu dikaitkan dengan pasar atau tinjauan dalam dunia kerja yang sedang dialami oleh suatu pelaku usaha dimana pelaku usaha baik perusahaan maupun penjual secara bebas berupaya saling melakukan persaingan di dunia kerja, persaingan semakin ketat dan luas sehingga sangat diperlukan adanya daya tahan dan kemampuan bersaing yang kuat dari antara pelaku usaha pada sektor manapun, ini semua sangat berpotensi memicu semangat bisnis dan memutar pergantian perekonomian menjadi lebih baik.[35]

2. Jenis-Jenis Persaingan Usaha

Menurut Normin S. Pakhan, persaingan usaha dapat berbentuk terdapat dua jenis persaingan yaitu pertama, persaingan usaha sehat (*perfect competition*) yang dilakukan secara terarah dan terorganisir sesuai dengan

[34] Murniat, R. 2009, *Penyelesaian Perkara Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha oleh KPPU, Hukum Bangun Teori dan Telaah dalam Implementasi*. Bandar Lampung:Universitas Lampung, hlm.444.

[35] Davidson, K. M, 2005, *Creating Effective Competition Institutions: Ideas For Transitional Economies*. Jurnal Hukum. hlm 6.

aturan. Kedua, persaingan usaha tidak sehat (*imperfect competition)* yang dilakukan dengan cara melanggar aturan yang ada.

a. Persaingan Usaha Sehat (*perfect competition*)

    1) Menjamin persaingan dalam pasar yang pencapaiannya sesuai dengan efisiensi ekonomi pada semua bidang kegiatan usaha dan perdagangan;
    2) Menjamin kesejahteraan konsumen serta, melindungi kepentingan konsumen;
    3) Membuka pasar seluas luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.[36]

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dalam menghadapi dunia persaingan usaha dapat bertahan dan unggul jika mempunyai keunggulan atas biaya dan keunggulan produk suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

b. Persaingan Usaha Tidak Sehat (*imperfect competition*)

    Persaingan usaha tidak sehat dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

    1) Tindakan Anti Persaingan

        Tindakan anti persaingan adalah tindakan yang bersifat menghalangi atau mencegah terjadinya persaingan, yaitu suatu tindakan yang bertujuan untuk menghindari persaingan agar tidak terjadi, tindakan seperti ini digunakan oleh pelaku

[36] Suhasril dan Makarao, M. T, 2010. *Hukum Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia, hlm 42.

usaha yang ingin memegang posisi dominan dengan cara mencegah calon pesaing atau menyingkirkan pesaing secara tidak wajar.[37]

2) Tindakan Persaingan Curang

Tindakan persaingan curang sebagai persaingan tidak sehat yang melanggar moral yang baik. Diantaranya mempengaruhi konsumen melalui informasi tidak benar, membuat iklan usaha yang menjelek-jelekan pesaing, penurunan harga yang tidak wajar.[38]

Dibalik praktik usaha terdapat berbagai macam jenis persaingan, dari adanya persaingan tersebut tentu saja perilaku anti persaingan atau tindakan persaingan yang dilakukan dengan cara curang dapat mengakibatkan inefisiensi perekonomian berupa hilangnya kesejahteraan, bahkan mengakibatkan ketidakadilan ekonomi dalam masyarakat, terganggu dan timbulnya akibat-akibat ekonomi dan sosial yang bertentangan dengan peraturan, undang-undang, ketertiban maupun kepentingan umum.[39]

Berdasarkan uraian terkait dengan jenis-jenis persaingan usaha ada dua, yaitu persaingan usaha sehat dan persaingan usaha tidak sehat yang masing-masing berkesinambungan untuk menjalankan suatu usaha dalam pangsa pasar. Apabila seorang

[37] *Ibid*. hlm.47.

[38] *Ibid*. hlm, 56.

[39] Hermansyah, 2008. *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Pernada Media Group,hlm 16.

pelaku usaha berperilaku baik maka dia akan melakukan usahanya dengan cara sehat dan mematuhi peraturan yang berlaku dalam pasar dan begitu juga sebaliknya, apabila pelaku usaha berperilaku tidak baik, melanggar aturan yang berlaku maka dapat menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat.

3. Unsur-Unsur Persaingan Usaha

Persaingan usaha memiliki berbagai unsur. Unsur tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah suatu usaha tersebut terjadi secara sehat atau tidak sehat. Apabila unsur dalam persaingan usaha telah terpenuhi maka seorang atau sekelompok pelaku usaha tersebut dapat dikatakan menjalankan usaha secara tidak sehat, begitu pun sebaliknya jika tidak terpenuhi unsur-unsur persaingan usaha tersebut dapat dikatakan seorang atau sekelompok pelaku usaha melakukan usahanya secara sehat.

Unsur persaingan usaha menurut Abdulkadir Muhammad, yaitu sebagai berikut:[40]

a. Beberapa orang atau sekelompok pelaku usaha

Beberapa orang atau sekelompok pelaku usaha adanya beberapa orang atau sekelompok pelaku usaha lainnya tentu sangat mempengaruhi suatu usaha yang dimiliki.

b. Dalam bidang usaha yang sama (sejenis)

Dalam bidang usaha yang sama atau sejenis penjualan produk atau jasa tentu dapat memicu persaingan usaha di pasar, hal ini yang

[40] *Ibid.*

membuat pelaku usaha akan mencari ide semenarik mungkin untuk mendapatkan perhatian dari konsumen dan keuntungan.

c. Bersama-sama menjalankan perusahaan atau kegiatan usaha

   Bersama-sama menjalankan usaha dalam suatu perusahaan yang sama, dalam dunia persaingan usaha tentu dapat terjadi. Ketika pelaku usaha memiliki usaha yang sama maka, besar kemungkinan terjadi persaingan usaha yang tidak sehat di dalamnya.

d. Dalam daerah pemasaran yang sama

   Dalam daerah pemasaran yang sama pada suatu wilayah tertentu membuat pelaku usaha harus mempunyai banyak ide dan inovasi yang harus dikembangkan dalam usaha yang sedang dijalankan. Jika terdapat pesaing dalam dunia usaha mak pelaku usaha akan berbondong-bondong untuk mencari ide atau gagasan apa yang dapat dilakukan untuk pemasaran barang atau jasanya.

e. Masing-masing berusaha lebih keras melebihi yang lain

   Masing-masing berusaha keras melebihi yang lain, hal ini dilakukan oleh pelaku usaha apabila pelaku usaha tidak memiliki ide atau inovasi dalam suatu pemasaran barang atau jasa maka pelaku usaha dapat tersaingi oleh barang atau jasa pelaku usaha lainnya. Oleh karena itu, sangat diperlukan kerja keras untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya.

f. Untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya

Memperoleh keuntungan sebesar-besarnya merupakan tujuan dari setiap pelaku usaha di dunia usaha, maka biasanya pelaku usaha melakukan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan dan tidak sedikit kemungkinan yang akan memunculkan suatu persaingan usaha dalam dunia usaha.

Penjelasan unsur-unsur tersebut dapat menjelaskan bahwa adanya persaingan usaha yang dapat memicu konflik dalam dunia usaha, persaingan usaha jika dilihat dari segi ekonomi dapat menimbulkan banyak manfaat, menurut Abdulkadir Muhammad adalah sebagai berikut:[41]

a. Menghasilkan produk baru melalui penemuan-penemuan atau manajemen usaha yang sesuai dengan zaman;
b. Memperlancar arus pendistribusian agar arus pelayanan menjadi lebih baik, hemat, mudah dan cepat;
c. Menguntungkan perusahaan karena kepercayaan masyarakat menghasilkan dan dapat memudahkan bagi pengguna atau konsumen.

Penjabaran unsur tersebut merupakan kejadian yang terjadi dalam persaingan usaha baik dalam bidang barang ataupun jasa. Unsur dari penjelasan tersebut dapat menyebabkan adanya konflik yang terjadi antara antar sesama pelaku usaha, akan tetapi dalam

[41] Eriyanti, YE. 2019. "Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep *Predatory Pricing* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha". *Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Jember.

beberapa unsur tersebut juga mengandung manfaat yang dapat terjadi dalam persaingan usaha.

4. Asas dan Tujuan Persaingan Usaha

Asas dan tujuan dalam persaingan usaha diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang dijelaskan dalam Pasal 2 dan Pasal 3 sebagai berikut:

a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
c. Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Pelaku usaha perlu mencermati dan memperhatikan secara keseluruhan terkait dengan asas-asas yang telah diuraikan sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Hal ini dilakukan agar dapat terjadi persaingan usaha yang baik dalam pasar antar

sesama pelaku usaha dengan memperhatikan dan mewujudkan asas-asas tersebut.

B. Konsep Praktik *Predatory Pricing*

1. Pengertian Praktik *Predatory Pricing*

Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya memikirkan untuk meraih keuntungan banyak dan memiliki posisi dominan, salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu jual rugi (*predatory pricing*). Kegiatan jual rugi (*predatory pricing*) ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan atau jasa dengan cara jual rugi (*jual rugi*) yang bertujuan untuk mematikan pelaku usaha lainnya, jual rugi ini dapat dilakukan dengan cara menetapkan harga yang tidak wajar, harga lebih rendah dari biasanya atau lebih rendah dari harga rata-rata pasar.[42] Praktik jual rugi dalam pasar sangat berpengaruh dengan keadaan suatu pasar apabila suatu pasar menerapkan praktik jual rugi maka pesaing usaha lainnya juga berpengaruh karena pelaku usaha yang menjalankan ini mampu menjual harga dibawah rata-rata.

Menurut Areeda dan Turner[43]

> "Untuk sukses melakukan jual rugi, pelaku usaha harus mempunyai pangsa pasar yang besar, perusahaan yang menurunkan harganya pada level dibawah pesaingnya akan semakin dan menaikkan produksinya, sehingga akan semakin besar kerugiannya, maka dari itu praktik jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha hampir tidak mungkin bahkan kemungkinan kecil tidak dilakukan oleh perusahaan kecil, bahkan perusahaan yang besar juga tetap akan mengalami kerugian pada saat melakukan jual rugi."

[42] Rengganis, D.P. 2013. *Hukum Persaingan Usaha Perangkat Telekomunikasi dan Pemberlakuan Persetujuan Acfta*. Bandung: PT. Alumni, hlm 36.

[43] *Ibid*, hlm.37.

Pada Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah menjelaskan terkait dengan larangan jual rugi, sebagai berikut:

> "Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakuan 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."

Pasal ini memiliki beberapa unsur dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa baik sengaja maupun tidak sengaja dengan cara menjual rugi, jual rugi yang dimaksud dalam hal ini adalah menjual barang atau jasa dengan harga di bawah standar pasar. Pada pasal 1 angka 16 yakni:

> "Setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, benda bergerak maupun benda tidak bergerak yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha".

Definisi jual rugi atau *predatory pricing* menurut Peraturan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Republik Indonesia adalah usaha menetapkan harga yang sangat rendah untuk barang atau jasa yang menjual melakukan penurunan harga baik barang maupun jasa dengan menjual rendah harga dibawah rata-rata suatu pelaku usaha jika melakukan hal itu dapat dicurigai mematikan atau menyingkirkan seseorang dengan adanya mencari keuntungan yang lebih pada pasar barang atau jasa tertentu biasanya terdapat pelaku usaha penentu harga (*price setter atau price*

leader) yang umumnya pelaku usaha besar dengan struktur biaya rendah (*the lowest cost*).[44]

Selanjutnya, jika terdapat pelaku usaha baru ikut menikmati keuntungan adanya harga yang tinggi maka seorang pelaku usaha akan kembali untuk menurunkan harga jual dengan sangat rendah, dengan tujuan mematikan atau menyingkirkan pelaku usaha baru yang ikut menikmati keuntungan. Konsekuensi melakukan jual rugi dalam praktik *predatory pricing* terdapat beberapa konsekuensi, yaitu pelaku usaha akan mengalami kerugian yang sangat besar hal ini disebabkan oleh keharusan pelaku usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan seluruh pasar pada tingkat harga rendah yang diberlakukannya, sementara pelaku usaha lain dapat melakukan peminimalan produk untuk kerugiannya.[45] *Predatory pricing* biasanya dilakukan oleh perusahaan besar yang ada pada pasar, baik barang maupun jasa. Pendapat ini dapat muncul karena yang dapat mempengaruhi kerugian pasar dengan skala yang besar adalah perusahaan barang atau jasa yang besar.

Pelaku usaha yang memberlakukan jual rugi adalah pelaku usaha yang *incumbent* yang tidak ingin ada pelaku usaha lainnya tidak ingin ada pesaing dalam bisnis yang dilakukan, dalam jangka pendek jual rugi akan menguntungkan namun pada saat pelaku usaha bertindak sebagai monopolis pelaku usaha akan menaikkan harga guna untuk menutup

[44] Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (jual rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat hlm 12.

[45] *Ibid*, hlm.15.

kerugian yang dijual sangat rendah dari yang sebelumnya.[46] Pada saat jual rugi diterapkan pelaku usaha pesaing akan keluar dari pasar karena sepi pengunjung atau konsumen. Hal ini dapat terjadi karena pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi berani menetapkan harga barang atau jasa dibawah harga pasar, konsekuensi yang dapat terjadi ialah monopoli atau praktik persaingan usaha tidak sehat.

2. Indikasi Jual Rugi

Indikasi penggunaan jual rugi dalam dunia usaha dapat menyebabkan persaingan usaha tidak sehat antar sesama pelaku usaha. Ketika harga barang atau jasa yang ditawarkan oleh seorang atau sekelompok pelaku usaha jauh lebih rendah dari sejumlah pelaku usaha lainnya dan dilakukan secara terus menerus dengan jangka waktu lama dengan tujuan untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya. Pelaku usaha ini berani menjual barang atau jasa dibawah harga dengan maksud menyingkirkan dan mematikan pelaku usaha lain, maka pelaku usaha seperti ini dapat dianggap melakukan praktik jual rugi.

> "Suatu pelaku usaha dapat dikatakan melakukan pemasokan barang atau jasa dengan cara menetapkan harga serendah-rendahnya apabila harga yang ditetapkan jauh lebih rendah dibandingkan sejumlah pelaku usaha lainnya. Hal ini harus dilakukan dengan *horizontal comparison*, suatu pelaku usaha yang menetapkan harga dibawah standar atau sangatlah rendah, mempunyai maksud untuk

[46] *Ibid*.

menyingkirkan pelaku usaha lainnya, apabila dengan harga yang ditetapkan itu tingkat keuntungan yang akan diperoleh lebih rendah dari tingkat suku bunga yang berlaku."[47]

Harga yang berlaku di pasar ditentukan oleh permintaan penawaran barang atau jasa itu sendiri, harga yang terbentuk sesuai dengan permintaan penawar. Dalam pasar barang atau jasa merupakan pelaku besar dengan struktur biaya terendah (*the lowest cost*). Praktik *jual rugi* ini dilakukan dengan cara menetapkan harga yang sangat rendah untuk barang atau jasa yang dihasilkan oleh pesaing pelaku usaha lainnya. Pelaku usaha akan bertahan dengan harga rendah setelah sudah dapat menyingkirkan pesaing usaha lainnya, dengan begitu pelaku usaha akan menaikkan harga ke tingkat yang tinggi untuk menutupi kerugian sebelumnya.[48]

Pelaku usaha baru yang ingin ikut menikmati keuntungan akibat harga yang tinggi tersebut maka, pelaku usaha *incumbent* akan kembali menurunkan harga ke tingkat yang rendah untuk menyingkirkan pelaku usaha baru dari pangsa pasar. Hal ini dilakukan agar tidak ada satu pelaku usaha yang dapat masuk ke pangsa pasar, dan pelaku usaha *incumbent* bebas menaikkan harga tanpa harus diganggu oleh pelaku usaha yang akan masuk ke pangsa pasar ketika harga menjadi tinggi.

Hal ini dilakukan karena pelaku usaha incumbent dapat memenuhi tingkat penawaran dalam pangsa pasar sehingga harga pada

[47] Peraturan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011. *Opcit,* hlm.11.
[48] *Ibid*, hlm. 15.

tingkat rendah diterapkan dan pelaku usaha dapat meminimalisir kerugian yang didapatkan dalam sistem jual rugi. Selanjutnya, alasan melakukan hal ini karena pelaku usaha akan keluar masuk pasar, namun apabila praktik jual rugi ini dilakukan, pelaku usaha lain akan keluar dari pasar. Hal ini akan berlangsung terus menerus sehingga tidak ada jual rugi, hal ini dapat muncul kembali jika dilakukan oleh pelaku usaha besar atau perusahaan.[49] Pelaku usaha menerapkan sistem ini dengan tujuan untuk mematikan pesaing usaha lainnya. Akan tetapi, pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi juga harus memikirkan resiko yang akan didapatkan ketika masa jual rugi itu selesai.

3. Tujuan *Predatory Pricing*

   Kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasok barang atau jasa dengan cara jual rugi yang dapat menimbulkan efek yang sangat besar bagi pelaku usaha lainnya dan jual rugi (*predatory pricing*) ini memiliki tujuan sebagai berikut:[50]

   a. Menjatuhkan atau mematikan pesaing pelaku usaha lainnya
   b. Membatasi pesaing usaha lainnya dengan adanya memberlakukan sistem jual rugi
   c. Memperoleh keuntungan yang besar di masa yang akan datang
   d. Mengurangi kerugian di masa lalu

[49] *Ibid*. hlm. 35.
[50] *Ibid*. hlm. 39.

e. Menjadi harga promosi untuk memperkenalkan produksi baik jasa atau barang yang baru sebagai strategi pemasaran yang baru.

Sesuai dengan tujuan tersebut maka pada Pasal 20 UU Anti Monopoli telah menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan pemasaran barang atau jasa dengan cara melakukan jual beli dengan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar yang bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Diantara kelima tujuan tersebut tiga diantaranya biasa sering dilakukan oleh seorang atau sekelompok pelaku usaha. Pada tujuan yang keempat ini biasanya dilakukan ketika cuci gudang atau banyak stok barang di gudang yang tertimbun lama supaya dapat cepat terjual maka diterapkan jual rugi atau promo. Pada tujuan yang kelima dilakukan untuk memperkenalkan produk barang atau jasa sebagai penarik perhatian konsumen, secara luas tujuan jual rugi (*predatory pricing*) dilakukan untuk mematikan atau menyingkirkan pesaing usaha lainnya.[51]

Penjelasan tujuan dari jual rugi (*predatory pricing*) ini dilakukan oleh pelaku usaha untuk meraih keuntungan sebanyak-banyaknya dan ingin menjadi posisi dominan, dengan begitu persaingan usaha lainnya dapat tersingkirkan. Posisi dominan didapatkan apabila suatu pelaku usaha menguasai pangsa pasar dan memiliki kekuatan di dalam pasar. Pelaku usaha melakukan jual rugi (*predatory pricing*) dengan tujuan untuk

[51] *Ibid.*

memperoleh manfaat tertentu sesuai dengan yang diharapkan selama jual rugi (*predatory pricing*) tersebut dilakukan.

C. Perdagangan Elektronik *(E-Commerce)*

1. Pengertian Perdagangan Elektronik (*e-commerce*)

Electronic Commerce atau disingkat dengan *E-commerce* merupakan bentuk transaksi bisnis atau pertukaran informasi yang dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, transaksi bisnis ini terjadi antara perusahaan atau penjual dan konsumen.[52] *E-commerce* dapat diartikan juga sebagai kegiatan bisnis yang terjadi antara konsumen, manufaktur, *service provider*, dan pedagang. Dalam kegiatannya menggunakan jaringan internet.[53] Sedangkan, pengertian transaksi *E-commerce* yang dikemukakan oleh Julian Ding, *E-commerce Transaction* merupakan transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa, atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik yang mana para pihak tidak hadir secara fisik. Media yang digunakan terdapat di dalam jaringan internet atau *World Wide Web*."[54]

Perdagangan elektronik atau *e-commerce* dapat diartikan sebagai transaksi jual beli khususnya yang dilakukan melalui media digital.[55]

---

[52] Musnandar, S 2011. *Hukum E-commerce*, Jakarta: Sasrawarna Printing, hlm. 219.

[53] Barkatullah, A. H. dan Prasetyo, T. 2005. *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 10.

[54] Tutik. T. 2008. *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Cet ke- 2, Jakarta:Kencana, hlm. 374.

[55] Meng. X. 2010 *"Study on Combining of E-commerce and E-marketing",* Jurnal Informasi, Komunikasi dan Teknologi, Vol. 5, No. 5. hlm. 546.

Perdagangan elektronik atau *e-commerce* dapat juga didefinisikan sebagai suatu proses menjual, membeli, mentransfer atau mengirim atau bertukar produk, jasa maupun informasi, dilakukan melalui jaringan komputer yang terhubung dengan internet.[56] Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Perdagangan Elektronik atau *E-commerce* dapat diartikan sebagai perdagangan yang dilakukan melalui sistem elektronik. Definisi tersebut dijelaskan dalam Pasal 1 angka 24 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang berbunyi:

> "Perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik".

Menurut Hartman dan Amir dalam bukunya yang berjudul *"Net Ready Strategies for Success in The E-Economy"* perdagangan elektronik atau *e-commerce* didefinisikan sebagai suatu sistem bisnis yang beroperasi secara elektronik, dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi bisnis (B2B) ataupun antara institusi dan konsumen (B2C).[57]

Berdasarkan beberapa sumber diatas, dari berbagai definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa perdagangan elektronik atau *e-commerce* merupakan kegiatan perdagangan yang dilakukan secara elektronik dengan transaksi yang dilakukan antara dua belah pihak berupa pembelian,

[56] Robert, K. 2010. *"Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities"*, Jurnal Ekonomi, Vol. 74, No. 2. hlm. 71-89.

[57] Romindo, dkk. 2019. *E-Commerce*: Implementasi, Strategi dan Inovasinya, Medan: Yayasan Kita Menulis, hlm. 2.

penjualan, promosi, serta pencarian produk, jasa atau informasi yang semuanya dapat diakses melalui internet pada perangkat elektronik.

Dalam kaitannya dengan persaingan usaha di zaman digitalisasi saat ini, banyak pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk menawarkan barang atau jasa yang diperjualbelikan. Harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang menggunakan media *e-commerce* tidak sedikit yang menawarkan barang atau jasanya dengan harga murah dibawah pasar namun, dalam hal ini jika dilakukan secara terus menerus dapat dikategorikan sebagai praktik *jual rugi*.

2. Jenis-Jenis Perdagangan Elektronik *(E-commerce)*

   Perdagangan elektronik *(e-commerce)* diklasifikasikan menjadi beberapa bagian, diantaranya yaitu:[58]

   a) *Business to Business* (B2B) adalah jenis perdagangan elektronik yang melibatkan transaksi antar pelaku usaha, yaitu penjual dan pembelinya merupakan perusahaan atau organisasi. Sebagai contoh perusahaan yang menggunakan jenis perdagangan (B2B) yaitu, Alibaba yang menghubungkan berbagai perusahaan baik kecil maupun menengah. Selain itu, Garuda Indonesia yang memanfaatkan *e-commerce* melalui program layanan Garuda *Online Sale* untuk perusahaan yang ingin menjadi mitra dalam penjualan tiket Garuda Indonesia.

[58] Malau, H. 2017. Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global, Bandung: Alfabeta, hlm. 297.

b) *Business to Consumer* (B2C) adalah jenis perdagangan elektronik. Perusahaan langsung menjual produknya kepada konsumen. Sebagai contoh perusahaan yang menggunakan jenis perdagangan (B2C) yaitu, Amazon yang memproduksi barang elektronik dan menyediakan jasa layanan *cloud computing.* Di Indonesia sendiri terdapat Bhinneka yang menyediakan berbagai jenis toko *online* untuk berjualan langsung ke pembeli.

c) *Consumer to Consumer* (C2C) adalah jenis perdagangan elektronik yang mempertemukan antara konsumen dalam memenuhi kebutuhan, pada jenis perusahaan ini penjual dan pembelinya adalah perorangan. Sebagai contoh perusahaan yang menggunakan jenis perdagangan ini, yaitu Tiktok *Shop*, Shopee, Tokopedia, dan Lazada.

d) *Consumer to Business* (C2B) adalah jenis perdagangan elektronik yang dilakukan secara perseorangan untuk menjualkan produk atau jasanya kepada perusahaan atau organisasi. Sebagai contoh perusahaan yang menggunakan jenis perdagangan ini, yaitu freelancer.com yang secara perseorangan banyak menawarkan jasanya kepada perusahaan.

3. Manfaat Perdagangan Elektronik *(E-Commerce)*

Menurut Suyanto, manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari adanya perdagangan elektronik *(e-commerce)* sebagai berikut:[59]

a. Memperluas pasar secara online baik dalam kancah nasional hingga internasional.
b. Mengurangi biaya produksi, pendistribusian, penyimpanan serta mengurangi konsumsi kertas untuk pencarian informasi.
c. Menurunkan biaya pengeluaran operasional dan persediaan barang dengan cara menyederhanakan rantai pasokan *(supply chain)* dan barang yang diproduksi atas permintaan sudah jelas penjualannya sebelum barang diproduksi *(management type "pull")*.
d. Mempersingkat waktu perputaran modal dengan penerimaan produk dan/atau jasa.
e. Informasi dapat diakses dengan cepat.

Menurut Suyanto, perdagangan elektronik *(e-commerce)* juga bermanfaat untuk konsumen, yaitu:

a. Konsumen dapat melakukan transaksi jual beli barang atau jasa dimanapun dan kapanpun selama 24 jam per/hari selama terhubung dengan jaringan internet.

[59] Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: Andi Offset, hlm. 51.

b. Terdapat berbagai macam pilihan produk atau jasa untuk konsumen.
c. Informasi terkait barang atau jasa sesuai dan detail dapat diterima secara cepat.
d. Sebagai wadah para konsumen untuk memberikan ulasan terhadap barang atau jasa yang telah digunakan.
e. Konsumen bisa mendapatkan banyak keuntungan dari berbagai promo dan program yang ditawarkan.

Perdagangan elektronik *(e-commerce)* menurut Suyanto juga memberikan manfaat terhadap masyarakat, yaitu:[60]

a. Mengurangi kepadatan lalu lintas dan penggunaan transportasi sehingga dapat menurunkan polusi udara.
b. Tidak memerlukan banyak modal, maka penjualan suatu barang atau jasa akan lebih murah dan masyarakat dapat lebih mudah untuk memenuhi kebutuhannya.
c. Perdagangan elektronik *(e-commerce)* memberikan kemudahan kepada masyarakat suatu negara hingga daerah pedesaan yang sulit mendapatkan suatu barang.

D. Dasar Hukum Persaingan Usaha dalam Islam

[60] *Ibid*. hlm. 52.

Sumber hukum Islam yang telah disepakati oleh para Ulama ada 4, yaitu Al- Qur'an, Hadis, Ijma, dan Qiyas.[61] Sumber hukum ini dijadikan sebagai acuan dalam hukum perlindungan konsumen dalam Islam. Al-Qur'an merupakan sumber hukum pertama dalam Islam. Hadis sebagai sumber hukum yang kedua, hadis berfungsi sebagai penguat, pemberi keterangan dan menjelaskan hukum baru yang ketentuannya tidak terdapat dalam Al-Qur'an. Imam Syafi'I memandang *ijma* sebagai sumber hukum setelah Al-Qur'an dan Sunnah Rasul. *Ijma* dapat diartikan sebagai salah satu metode dalam menetapkan hukum atas permasalahan yang tidak terdapat di dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.[62] Yang terakhir *qiyas*, yaitu menghubungkan suatu kejadian yang tidak terdapat *nash*-nya dalam dengan kejadian yang ada nash-nya, dalam hukum yang telah ditetapkan oleh *nash*.[63]

Praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat merupakan salah satu perilaku pelaku usaha yang dilarang dalam Hukum Islam. Hukum Islam yang mengatur terkait dengan persaingan usaha tidak sehat khususnya praktik jual rugi terdapat dalam beberapa hadis. Secara substansial persamaannya dapat dilihat di dalam larangan melakukan penimbunan harta *(ihtikar)* dan penetapan harga *(tas'ir)*.

1. *Ihtikar*

[61] Tim hikmah detikcom, (2020, 16 Okt), 4 Sumber Hukum Islam yang Disepakati Ulama, https://news.detik.com/berita/d-5216687/4-sumber-hukum-islam-yang-disepakati-ulama. Diakses pada 12 Februari 2024.

[62] *Ibid.*

[63] Yahya, M dan Fatchurrahman, 1986. *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqih Islam*, Bandung: Alma'arif, hlm. 66.

Hadis yang melarang penimbunan harta salah satunya dimuat dalam Al-Qur'an Surah At-Taubah ayat (34) yang menjelaskan bahwa "Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih". Ayat Al-Qur'an ini menyebutkan bahwa penimbunan dengan istilah *yaknizun*. Arti *yaknizun* dapat diartikan sebagai setiap harta yang wajib zakat tetapi belum dikeluarkan zakatnya namun, ada juga yang berpendapat bahwa harta yang lebih dari 4.000 dirham adalah *kanzun* baik sudah dizakati ataupun belum.[64]

Ihtikar secara bahasa dapat diartikan sebagai menahan atau mengumpulkan. Berdasarkan penjelasan para ahli, *ihtikar* (penimbunan harta) dimaksudkan untuk mengkonsumsi sendiri, atau dapat juga dimaksudkan sebagai diperdagangkan kembali ketika harga barang tersebut sedang melambung tinggi di pasar.

Menurut Adiwarman A. Karim dalam Islam semua orang boleh menjadi pelaku usaha dan berjualan tanpa harus peduli apakah praktik usaha yang dilakukannya adalah praktik monopoli. Yang dilarang dalam *ihtikar*, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang dengan harga yang tinggi atau yang disebut dengan praktik *monopoly rent*.

[64] Muhammad bin Jarir bin Yazid bin Katsir bin Gholib al Amali Abu Ja'far Al Thabari, Jami' al Bayan fi Ta' wili Al-Qur'an, Juz 14, ctk, Pertama, hlm, 217.

Kesimpulannya dalam Islam praktik monopoli diperbolehkan, sedangkan praktik *monopoly rent* tidak diperbolehkan.[65]

Menurut Al-Ghazali yang menyatakan penimbunan barang diharamkan apabila, sebagai berikut:[66]

a. Barang yang ditimbun merupakan kebutuhannya sebagai persediaan selama satu tahun penuh. Seseorang boleh menimbun persediaan barang nafkah hanya untuk dirinya dan keluarganya selama satu tahun penuh seperti, yang dilakukan oleh Rasulullah.
b. Orang yang menimbun barang dengan sengaja menunggu saat harga tinggi atau memuncak *(maximizing profit)* sehingga ia dapat menjualnya dengan harga tinggi dipasaran.
c. Penimbunan yang dilakukan pada saat orang banyak membutuhkan bahkan sangat membutuhkan barang (kebutuhan pokok) tersebut. Akan tetapi, jika barang yang ditimbun bukanlah kebutuhan pokok dan kurang diperlukan, maka tidak akan berdosa karena tidak menimbulkan kemudharatan.

Selanjutnya, menurut Karim yang termasuk dalam kategori *ihtikar* adalah apabila komponen berikut ini dapat terpenuhi:[67]

[65] Karim, A, 2022. Ekonomi Mikro Islami. Jakarta: Karim Bisnis Konsultan dan IIIT, hlm.154.

[66] Aziz, A. 2004. *Ekonomi Sufistik Model Al-Ghazali: Pemikiran Al-Ghazali tentang Moneter dan Bisnis,* Jakarta: Wangsa Merta. hlm. 115.

[67] *Ibid.*

a. Mengupayakan terjadinya kelangkaan barang baik dengan cara menumpuk stok barang atau menggunakan *entry-barries*.
b. Menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sebelum terjadinya kelangkan barang.
c. Mengambil keuntungan yang lebih tinggi sebelum melakukan dua komponen diatas.

Praktik monopoli dapat mengakibatkan keburukan, yang dalam Islam disebut dengan *Ihtikar*. Praktek *Ihtikar* adalah penguasaan terhadap harga sehingga dapat mempengaruhi harga pasar pada tingkat sedemikian rupa sehingga di dalam memaksimumkan keuntungan, tanpa memperhatikan keadaan konsumen. Pelaku usaha yang melakukan monopoli dapat mengambil keuntungan diatas harga normal sehingga dapat merugikan konsumen. Oleh karena itu, praktek *ihtikar* dilarang Rasulullah. *Ihtikar* bagaimanapun dapat menimbulkan pasar yang tidak sempurna dan dapat melahirkan kekuatan pasar tertentu yang dapat mengontrol harga dan konsumen dalam suasana terpaksa akn membeli barang atau jasa *ihtikar* tersebut karena memang dibutuhkan. Hal ini dijelaskan dalam Surah Al-Hajj ayat 25:

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا وَيَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمَسْجِدِ الْحَرَامِ الَّذِي جَعَلْنَاهُ لِلنَّاسِ سَوَاءً الْعَاكِفُ فِيهِ وَالْبَادِ ۚ وَمَنْ يُرِدْ فِيهِ بِإِلْحَادٍ بِظُلْمٍ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ

Artinya:

"Sesungguhnya orang-orang yang kafir dan menghalangi manusia dari jalan Allah dan Masjidil Haram yang telah Kami jadikan untuk semua manusia, baik yang bermukim di situ maupun di padang pasir dan siapa yang bermaksud di dalamnya melakukan kejahatan secara zalim, niscaya akan Kami rasakan kepadanya sebahagian siksa yang pedih."(QS. Al-Hajj {22}:25)

2. *Tas'ir*

Praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat terjadi dalam persoalan penetapan harga. Berdasarkan hadis Rasulullah tidak mau terlibat dalam melakukan intervensi terhadap harga barang atau jasa di pasar, didalam islam disebut dengan *tas'ir* yang artinya penaksiran harga atau penetapan harga. Hadits tentang *tas'ir* yang menjelaskan bahwa "Harga menjadi berlebihan pada masa Rasulullah, maka mereka berkata: 'Ya Rasulullah! Tetapkan harga untuk kami!' Maka dia berkata: 'Sesungguhnya Allah itu Al-Musa'ir, Al-Qabid, Al-Basir, Ar-Razzaq. Dan aku berharap bertemu dengan Tuhanku dan tidak ada di antara kalian yang meminta (balasan) kepadaku atas kezaliman yang melibatkan darah atau kekayaan.'"

Hadis diatas menceritakan bahwa pada masa Rasulullah tepatnya di Madinah terjadi sebuah peristiwa di pasar, yaitu melambungnya harga kebutuhan pokok. Para sahabat pada waktu itu meminta kepada Rasulullah agar beliau dapat membantu di dalam penetapan suatu harga barang atau jasa. Rasulullah menjawab sahabatnya, bahwa sesungguhnya Allah SWT yang menentukan harga, yang menahan dan melapangkan rezeki. Beliau sangat mengharapkan bahwa kelak ketika Rasulullah menemui Allah dalam keadaan tidak seorangpun dari kalian menuntut tentang kezaliman dalam darah maupun harta.

Menurut Monzer Khaf, tidak bersedianya Rasulullah dalam menetapkan harga didasarkan atas pertimbangan bahwa prinsip dari harga pasar adalah tawar menawar yang dilakukan secara sukarela, yang tidak memungkinkan dengan cara pemaksaan agar pelaku usaha dapat menjual barang atau jasa yang ditawarkan dengan harga yang lebih murah daripada harga pasar. Selama perubahan harga tersebut disebabkan oleh faktor yang nyata dalam permintaan dan penawaran yang tidak dibarengi dengan dorongan praktik monopoli.[68]

[68] Kahf, M, 1995. *Ekonomi Islam: Telaah analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 53-54.

BAB III

PEMBAHASAN PENGATURAN *PREDATORY PRICING* DALAM PERDAGANGAN SISTEM ELEKTRONIK BERDASARKAN HUKUM PERSAINGAN USAHA

Seiring perkembangan zaman, semakin banyak pelaku usaha yang menawarkan produknya melalui sistem elektronik *(e-commerce)*. Banyak perilaku para pelaku usaha yang tidak sehat di era digital ini. Undang-Undang Anti Monopoli banyak mengatur larangan bagi para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya khususnya praktik jual rugi *(predatory pricing)*. Praktiknya Undang-Undang Anti Monopoli di Indonesia masih terdapat kelemahan. Melihat perbandingan hukum di negara lain dalam hal ini Jepang, dapat memperkuat peraturan dan penegakkan hukum yang ada di Indonesia. [69]

Penegakkan hukum tidak hanya dilakukan melalui peraturan akan tetapi, peran dari berbagai pihak. Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) yang berperan untuk melindungi seluruh pelaku usaha agar tetap berada dalam jalur persaingan usaha yang sehat dan adil.[70] KPPU dalam menjalankan tugasnya tidak sedikit mendapatkan hambatan dalam penegakan hukum, hal ini disebabkan dari lemahnya UU Anti Monopoli. Melihat perbandingan hukum pada negara lain juga dapat memperkuat peran dari KPPU. KPPU juga akan lebih disegani dan bukan menjadi pelengkap dari UU Anti Monopoli, diharapkan KPPU dapat melakukan

[69] Habib, M. 2022. "Urgensi Revisi Undang-Undang Anti Monopoli Indonesia Studi Perbandingan *Fair Trade Commission* Jepang", *Jurnal Hukum,* Universitas Batanghari Jambi, Vol. 2 , No. 1. hlm. 108.

[70] Effendi, B. 2023. "Pengawasan dan Penegakan Hukum terhadap Bisnis Digital *(E-Commerce)* oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat", *Jurnal Hukum*, Vol. 4 , No. 1. hlm. 27.

pencegahan secara preventif dan represif dalam menangani keberlangsungan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

A. Pengaturan *Predatory Pricing* dalam Perdagangan Sistem Elektronik Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dan Jepang

Persaingan usaha menurut Pasal 1 angka 6 UU Anti Monopoli menjelaskan bahwa persaingan usaha tidak sehat merupakan persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Pada praktiknya dalam kegiatan usaha banyak ditemukan pelaku usaha yang tidak sehat. Seiring perkembangan zaman kegiatan persaingan usaha dilakukan tidak hanya secara konvensional akan tetapi, dilakukan secara elektronik atau sering disebut dengan *e-commerce*. Sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 angka 24 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan bahwa perdagangan melalui sistem elektronik merupakan perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

Para pelaku usaha tersebut sering memupuk intensif untuk mendapatkan kekuatan pasar sehingga pelaku usaha dapat memperoleh keleluasaan untuk mengendalikan harga. Salah satu praktik tidak sehat yang terjadi di pasar adalah praktik jual rugi. Praktik jual rugi adalah suatu kondisi dimana pelaku usaha menetapkan harga jual dari barang dan atau jasa yang diproduksinya dibawah biaya total rata-rata *(Average Total*

Cost).[71] Kegiatan jual rugi dapat juga diartikan sebagai suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan atau jasa dengan cara jual rugi yang bertujuan untuk mematikan pelaku usaha lainnya.

Jual rugi dapat dilakukan dengan cara menetapkan harga yang tidak wajar, harga lebih rendah dari biasanya atau lebih rendah dari harga rata-rata pasar.[72] Strategi yang digunakan oleh pelaku usaha ini merupakan cara untuk mendapatkan posisi dominan. Setelah pesaing tersingkir dan tidak dapat masuk kembali ke dalam pasar, maka pelaku usaha tersebut akan menaikkan harga jual dari barang atau jasa yang ditawarkan. Selama masa jual rugi ini pelaku usaha menderita kerugian dan konsumen memperoleh keuntungan namun, setelah pesaing tersingkir, pelaku usaha tersebut akan memperoleh keuntungan yang besar dari kenaikan harga yang telah ditetapkan dan konsumen tidak mempunyai pilihan lain. Pengaturan jual rugi atau *predatory pricing* dilarang dan tidak selaras dengan ketentuan dasar hukum kita. Sebagaimana diatur dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 yang menjelaskan bahwa, sistem perekonomian negara Indonesia disusun atas asas kekeluargaan artinya, sistem perekonomian yang digunakan dan dikembangkan seharusnya tidak menggunakan asas persaingan dan individualistik. Komponen perekonomian tersebut dapat diolah dan digunakan untuk kepentingan masyarakat luas dan untuk memakmurkan rakyatnya.

---

[71] Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 tentang Jual Rugi *(Predatory Pricing).*

[72] Rengganis, D.P. *Op.Cit.*

Pasal 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur bahwa:

> "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat."

Berdasarkan penjelasan pasal tersebut para pelaku usaha diperbolehkan untuk melakukan jual rugi, akan tetapi dengan syarat perbuatan jual beli tersebut tidak mengakibatkan persaingan usaha menjadi tidak sehat. Praktik jual rugi (*predatory pricing*) dapat dirumuskan dalam *Rule of Reason*, yaitu suatu perilaku yang dilarang harus dapat dibuktikan bahwa dapat mengakibatkan salah satu atau beberapa unsur terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Misalnya, menurunnya kesejahteraan pelaku usaha pada pasar tersebut, menurunnya kesejahteraan konsumen, efisiensi atau mengurangi persaingan. *Rule of Reason* hanya dapat dilakukan oleh lembaga otoritas dengan pendekatan untuk membuat evaluasi terkait dengan perjanjian atau kegiatan jual rugi *(predatory pricing)* tersebut dan menarik kesimpulan apakah perbuatan jual rugi *(predatory pricing)* tersebut bersifat menghambat atau mendukung persaingan antara pelaku usaha.

Selanjutnya, pada Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur 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."

Berdasarkan rumusan Pasal 20 UU Anti Monopoli tersebut, dapat diuraikan unsur-unsurnya sebagai berikut:

1. Unsur Pelaku Usaha

   Pasal 1 angka 5 UU Anti Monopoli memberi definisi Pelaku Usaha sebagai berikut:

   > "Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi."

2. Unsur Pemasok

   Pada penjelasan Pasal 15 ayat (1) UU Anti Monopoli diuraikan bahwa memasok adalah menyediakan pasokan, baik barang maupun jasa, dalam kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli dan sewa guna usaha.

3. Unsur Barang

   Pada penjelasan Pasal 1 angka 16 UU Anti Monopoli diuraikan bahwa barang adalah setiap benda, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak yang dapat dijual belikan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

4. Unsur Jasa

   Pada penjelasan Pasal 1 angka 17 UU Anti Monopoli diuraikan bahwa jasa adalah setiap bentuk pelayanan, baik itu berupa

pekerjaan maupun pencapaian, yang ditawarkan di pasar untuk digunakan dan dimanfaatkan oleh pelaku usaha atau konsumen.

5. Unsur Jual Rugi

   Menurut penjelasan dari Komisi Pengawasan Persaingan Usaha. Bahwa jual rugi adalah menawarkan harga jual, pelaku usaha menetapkan dan menawarkan harga dibawah biaya produksi.

6. Unsur Harga yang Sangat Rendah

   Menurut penjelasan dari Komisi Pengawasan Persaingan Usaha. Bahwa definisi dari harga yang sangat rendah adalah harga yang ditetapkan dan ditawarkan oleh pelaku usaha yang tidak masuk akal rendahnya.

7. Dengan Maksud

   Menurut penjelasan dari Komisi Pengawasan Persaingan Usaha. Dengan maksud diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan dengan suatu keinginan atau tujuan.

8. Unsur Menyingkirkan atau Mematikan

   Menurut penjelasan dari Komisi Pengawasan Persaingan Usaha. Menyingkirkan atau mematikan adalah mengeliminasi atau menghapus keberadaan pesaing dalam pasar tertentu, sehingga mereka terpaksa menghentikan operasi bisnis mereka.

9. Unsur Usaha Pesaing

Menurut penjelasan dari Komisi Pengawasan Persaingan Usaha. Usaha pesaing diartikan menjadi usaha pelaku usaha lainnya yang berada dalam pasar yang sama.

10. Unsur Pasar

    Pada Pasal 1 angka 9 UU Anti Monopoli menjelaskan bahwa Pasar merupakan lembaga ekonomi dimana penjual dan pembeli, baik secara langsung maupun tidak langsung, memiliki kemampuan untuk melaksanakan transaksi jual beli barang dan/atau jasa.

11. Unsur Pasar Bersangkutan

    Pada Pasal 1 angka 10 UU Anti Monopoli menjelaskan bahwa pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu yang dilakukan pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa.

12. Unsur Praktek Monopoli

    Pada Pasal 1 angka 10 UU Anti Monopoli memberikan definisi sebagai berikut:

    > "Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum."

13. Unsur Persaingan Tidak Sehat

    Pada Pasal 1 angka 6 UU Anti Monopoli memberikan definisi sebagai berikut:

    > "Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau

> pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha."

Mengkategorikan suatu tindakan pelaku usaha termasuk praktik jual rugi atau bukan, maka harus dibuktikan bahwa tindakan tersebut secara kumulatif memenuhi unsur-unsur yang telah dijelaskan dalam Pasal 20 UU Anti Monopoli sebagaimana yang telah diuraikan diatas.

Menurut Andi Fahmi Lubis, praktik jual rugi ditujukan untuk mencapai hal sebagai berikut:[73]

a. Memastikan pelaku usaha pesaing di pasar yang bersangkutan sama;
b. Membatasi pesaing dengan melakukan harga jual rugi sebagai *entry barrier*;
c. Memperoleh keuntungan besar di masa yang akan datang;
d. Mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu, atau
e. Merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai bentuk dari strategi pemasaran.

Berdasarkan penjelasan pada Pasal 20 UU Anti Monopoli, pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi dan mencapai tujuan kesatu hingga ketiga dari tindakannya secara sekaligus. Poin keempat pada umumnya

[73] Fahmi, A, 2017. *Hukum Persaingan Usaha*, Edisi, II, Jakarta: Komisi Pengawasan Persaingan Usaha.

dilakukan untuk menghabiskan stok persediaan terutama barang yang mendekati masa kadaluarsa (cuci gudang).[74]

Berdasarkan Pasal 3 Peraturan Menteri Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menjelaskan bahwa dalam melakukan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) para pihak yang melakukan kegiatan jual beli haruslah memegang prinsip beritikad baik, kehati-hatian, transparansi, kepercayaan, akuntabilitas, keseimbangan, adil dan sehat. Menurut pasal tersebut berarti seorang atau sekelompok pelaku usaha yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik maka diharuskan untuk memegang prinsip beritikad baik, jika seorang pelaku usaha tidak beritikad baik dalam melakukan usahanya maka dapat dikatakan melanggar Pasal 3 Permen Nomor 80 Tahun 2019.

Praktik jual rugi juga diatur dalam Pasal 13 ayat (4) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 yang menjelaskan bahwa didalam melaksanakan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) jika terjadi dugaan persaingan usaha yang tidak sehat antar pelaku usaha dan/atau praktik manipulasi harga baik secara langsung maupun tidak langsung Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) harus berkoordinasi dengan lembaga yang menangani bidang persaingan usaha. Pada pasal ini menjelaskan bahwa pelaku usaha yang diduga melakukan persaingan usaha tidak sehat seperti manipulasi harga, baik menaikan atau menurunkan harga dengan tidak masuk akal dengan tujuan

[74] *Ibid.*

untuk mematikan pelaku usaha lainnya dan memonopoli pasar maka pelaku usaha harus ditindaklanjuti oleh lembaga yang berwenang untuk menangani bidang persaingan usaha tersebut.

Pelaksanaan penegakan hukum dan pengawasan persaingan usaha di Indonesia dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), yang pada prinsipnya merupakan lembaga negara komplementer *(state auxiliary organ)* yang mempunyai wewenang sebagaimana diatur dalam UU Anti Monopoli untuk melakukan penegakan hukum dan pengawasan persaingan usaha. Secara sederhana dapat diartikan bahwa *state auxiliary organ* merupakan lembaga negara yang dibentuk diluar dari konstitusi dan menjadi lembaga yang membantu pelaksanaan tugas lembaga negara (eksekutif, legislatif, dan yudikatif).[75] Peran lembaga independen ini menjadi sangat penting, sebagai upaya responsif bagi negara demokrasi.

Peraturan yang mengatur terkait dengan persaingan usaha di Jepang adalah *Shiteki dokusen no kinshi oyobi kosei torihiki ni kansuru horitsu* atau sering disebut dengan Undang-Undang Anti Monopoli Jepang (UUAM). Peraturan ini mulai berlaku pada tanggal 14 April 1947 dan dilakukan beberapa amandemen setelahnya dengan ketentuan pengambilalihan terbaru pada tanggal 27 Juni 2012. UUAM terdiri atas 118 artikel, yang dibagi menjadi 12 bab.[76] Beberapa muatan yang ada ialah monopoli pribadi,

[75] Furqon, E dan Helvan Subia Effendi. 2020. *"*Kedudukan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha dalam Memutus Pelanggaran Persaingan Usaha menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*". Jurnal Hukum*, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Vol. 07 , No. 02.

[76] Ameilya, Y. *Op.Cit*. hlm.12.

pengekangan perdagangan yang tidak adil. Sebagaimana dalam Pasal 1 UUAM tujuan dibentuknya Undang-Undang ini adalah untuk mempromosikan persaingan yang adil dan bebas, untuk meningkatkan inisiatif dan kreativitas perusahaan, untuk mendorong kegiatan bisnis, untuk meningkatkan tingkat pekerjaan dan pendapatan nasional aktual, dan untuk mempromosikan demokrasi dan pengembangan ekonomi nasional yang sehat serta untuk memastikan tercapainya kepentingan konsumen.[77]

UUAM di dalam memerangi praktik *jual rugi* berdasarkan ketentuan diskriminasi harga, penjualan dengan harga rendah yang tidak adil dan monopoli pribadi. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 19 UUAM melarang pelaku usaha untuk menggunakan praktik bisnis yang tidak adil, yang mencakup diskriminasi harga dan penjualan dengan harga rendah yang tidak adil. Istilah "praktik perdagangan tidak adil" dapat didefinisikan sebagai tindakan yang datang di bawah salah satu kategori praktik pembatasan, sebagaimana yang diatur dalam Pasal 2 ayat (9) yang cenderung menghambat persaingan sehat dan yang ditetapkan oleh Komisi Perdagangan yang Adil Jepang (*Japan Fair Trade Commission* atau JFTC) Penunjukan FTC untuk kedua praktik ini ialah:

> *"Price discrimination. Unjustly supplying or accepting a commodity or service at prices which discriminate between regions or between customers"*[78]

---

[77] *Jepang Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade, Act No.54 of 1957*.

[78] *Ibid,* Penjelasan Umum.

"Unjust low-priced sales. Without proper justification, supplying a commodity or service continuously at a price which is notably below cost incurred in that supply, or otherwise unjustly supplying a commodity or service at a low price, thereby tending to cause difficulties in the business activities of other entrepreneurs".[79]

Kriteria I, harga dibawah biaya dapat dipandang sebagai praktik perdagangan yang tidak adil. Sebagaimana diatur dalam Pasal 2 ayat (9) UUAM, yang menjelaskan bahwa praktik perdagangan tidak adil yang umumnya diatur dalam Pasal 2 ayat (9) UUAM. Bab III Pasal 2 ayat (9) UUAM menetapkan bahwa salah satu praktik perdagangan tidak adil adalah bahwa 'tanpa alasan yang dapat dibenarkan, memasok barang atau jasa secara terus menerus dengan pertimbangan yang jauh dibawah biaya yang diperlukan untuk pasokan'.

Menurut *Guidelines Concerning Unjust Low Price Sales under the Antimonopoly Act* (GULPS), persyaratan yang harus dipenuhi untuk menemukan penjualan dengan harga rendah ilegal yang tidak adil berdasarkan Bab III Pasal 2 ayat (9) UUAM yang pertama, yaitu mode potongan harga, apakah ada pertimbangan yang berlebihan atau tidak di bawah biaya yang diperlukan untuk pasokan. Dalam praktiknya yang praktik ini harus diperiksa secara kasus per kasus. Harga yang lebih rendah dari biaya berfitur variabel, mengacu pada biaya produksinya, dianggap sebagai pertimbangan 'secara berlebihan di bawah biaya yang diperlukan

[79] *Ibid*. Pasal 2 ayat (9).

untuk pasokan'. Apakah biaya dikategorikan sebagai biaya berfitur variabel yang didasarkan pada apakah biaya akan naik atau turun, tergantung pada jumlah pasokan barang yang harganya dipotong atau apakah biaya terkait erat dengan pasokan barang yang terkena potongan harga.[80] Biaya produksi, biaya pembelian, serta biaya operasi dapat dikatakan sebagai biaya berfitur variabel. Harga dapat sama atau lebih tinggi dari biaya fitur variabel, harga tersebut belum dianggap sebagai penjualan harga rendah atau praktik jual rugi. Oleh karena itu, harus ada penetapan harga rendah yang dilakukan secara terus menerus, hal ini berarti pelaksanaan pemotongan harga terjadi berulang kali selama periode waktu yang cukup lama atau dapat diprediksi untuk jangka waktu seperti yang dilihat dari kebijakan penjualan.

Persyaratan kedua, kecenderungan yang menyebabkan kesulitan untuk kegiatan bisnis perusahaan lain. Hal ini tidak sulit, dengan mempertimbangkan kemungkinan yang terjadi menilai kasus per kasus secara komprehensif dengan mempertimbangkan status aktual dari pelaku usaha lain, ukuran dan jenis bisnis, jumlah barang atau jasa, periode, status iklan dan publisitas, karakteristik barang atau jasa dan maksud atau tujuannya. Persyaratan ketiga, tidak adanya alasan yang dapat dibenarkan untuk penurunan atau pemotongan harga jual. Hal ini dapat mencakup, penjualan barang yang mudah rusak atau barang musiman.[81]

[80] Ameilya, Y. *Op.Cit*. hlm. 13.
[81] Ameilya, Y. *Op.Cit*. hlm.14.

Kasus pemotongan harga yang tidak memenuhi persyaratan diatas untuk penjualan barang atau jasa dengan harga rendah dapat dikatakan tidak adil sebagaimana yang diatur dalam Bab III Pasal 2 ayat (9) UUAM, bahkan ketika pemotongan harga memasok barang yang lebih tinggi dari biaya produksi tetapi lebih rendah dari biaya total penjualan. Memasok barang dengan harga yang lebih rendah dari biaya produksi satu kali saja dapat dikatakan tidak adil, sebagaimana ketentuan penjualan atau praktik perdagangan yang tidak adil dilarang dalam Pasal 6 UUAM. Pasal ini menjelaskan bahwa 'selain tindakan yang termasuk dalam Bab III Pasal 2 ayat (9) UUAM penyediaan barang atau jasa tidak adil dengan pertimbangan rendah, yang dapat menyebabkan kesulitan untuk kegiatan bisnis pelaku usaha lain.

Kriteria II, penentuan praktik jual rugi sebagai jenis monopoli swasta. Penetapan harga dibawah biaya dapat dianggap sebagai praktik monopoli, sebagaimana diatur dalam Pasal 3 UUAM.[82] Monopoli sebagaimana dalam Pasal 2 ayat (5) UUAM dapat diartikan sebagai kegiatan bisnis yang mana setiap pelaku usaha, baik secara individu maupun kelompok mengendalikan pasar, sehingga dapat menyebabkan ketidakstabilan pasar, menurunnya tingkat kesejahteraan pelaku usaha lain yang terlibat dalam pasar tersebut, bertentangan dengan kepentingan publik, pengekangan persaingan secara substansial dalam bidang perdagangan tertentu. Ketentuan ini telah didefinisikan dan dijabarkan dalam pedoman

[82] *Ibid*. Pasal 3.

untuk Monopoli Swasta Eksklusif berdasarkan Undang-Undang Anti Monopoli (*Guidelines for Exclusionary Private Monopolization under the Antimonopoly Act* atau GEPM) yang dikeluarkan oleh JFTC pada tahun 2009.[83]

Menurut GEPM, menetapkan harga di bawah biaya memerlukan penilaian kasus per kasus untuk menentukan apakah harga lebih rendah dari biaya yang diperlukan untuk menyediakan produk. Hal ini dinilai berdasarkan apakah biaya akan naik atau turun tergantung dengan jumlah pasokan barang yang dipotong harganya atau apakah biaya tersebut erat kaitannya dengan pasokan barang potongan harga dalam periode tertentu. Potongan harga untuk produk seperti, makanan yang mudah membusuk, barang musiman, produk yang lebih rendah dan lain sebagainya dianggap layak dan dibebaskan dari penerapan sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 3 UUAM.

Kondisi yang perlu dipenuhi dalam penilaian harga dibawah biaya adalah apakah ini akan merugikan bisnis pesaing yang sama baiknya atau lebih efisien. Hal ini yang mengharuskan JFTC secara komprehensif dapat mempertimbangkan berbagai faktor, yang meliputi:[84]

1. Seluruh pasar produk, seperti karakteristik produk, skala ekonomi, tingkat diferensiasi produk, saluran distribusi, dinamika pasar serta kesulitan untuk masuk pasar;

[83] www.jftc.go.jp/legislation.monopoly.guidelines, diakses pada tanggal 22 Februari 2024.
[84] *Ibid.*

2. Posisi perusahaan tersebut dan pesaing di pasar, seperti pangsa produk, peringkatnya, nilai merek suatu produk, kapasitas pasokan yang berlebih, skala operasi dan proporsi produk yang relevan di semua bisnis perusahaan;
3. Periode perilaku dan pergantian serta jumlah produk
4. Kondisi perilaku, termasuk niat, iklan dan publisitas yang terkait dengan pemotongan harga barang.

Praktik jual rugi dan monopoli yang dilarang oleh FTC Jepang (*Japan Fair Trade Commission* atau JFTC) selaku komisi yang mengawasi dan menegakan hukum terkait dengan persaingan usaha ialah praktik yang dilakukan oleh pihak swasta *(private monopolization)*, praktik bisnis tidak sehat *(unfair business practice)*, dan hambatan tidak wajar yang ada di dalam perdagangan *(unreasonable restraint of trade)*. Praktik lainnya yang juga diatur ialah terkait dengan merger dan akuisisi serta, larangan kepada perusahaan induk *(holding company)* yang mengakibatkan terjadinya pemusatan kekuatan pasar *(concentration of market power)*, kegiatan yang dilakukan oleh asosiasi yang dapat menghambat suatu persaingan, kartel, pengaturan *exclusive dealing*, *resale price maintenance*, penyalahgunaan posisi dominan, dan perjanjian yang dilakukan dengan pihak asing.[85]

[85] Prayoga, A. D, et. AL, 1999, *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturnya*, Proyek ELIPS, Jakarta, hlm.160.

Tabel Perbandingan Hukum Persaingan Usaha tentang Jual Rugi

***(Predatory Pricing)* Negara Indonesia dan Jepang.**

Keterangan	Indonesia	Jepang
Dalam Undang-Undang		
Nama Peraturan	Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat	*Shiteki dokusen no kinshi oyobi kosei torihiki ni kansuru horitsu*[86]
Undang-Undang terkait Jual Rugi *(Predatory Pricing)*	Pasal 20 "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."	Pasal 2 (9) (iii) "Praktek perdagangan yang tidak adil sebagaimana digunakan dalam Undang-undang ini berarti suatu tindakan yang termasuk dalam salah satu dari yang berikut ini: (iii) tanpa alasan yang dapat dibenarkan, secara terus menerus memasok barang atau jasa dengan harga yang secara substansial di bawah biaya yang dikeluarkan untuk memasok barang atau jasa tersebut, sehingga dapat menimbulkan kesulitan terhadap kegiatan usaha perusahaan lain."
		Pasal 3 "Perusahaan tidak boleh melakukan monopoli pribadi atau pengekangan perdagangan"
		Pasal 19

[86] Bahasa Inggris: The 1947 *Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance Fair Trade*. Bahasa Indonesia: Undang-Undang tentang Larangan Monopoli dan Perdagangan yang Adil.

		"Suatu perusahaan tidak boleh menerapkan praktik perdagangan yang tidak adil."
Undang-Undang terkait Sanksi Kurungan dan Administratif Jual Rugi *(Predatory Pricing)*	Pasal 48 ayat (2) "Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 5 sampai dengan Pasal 8, Pasal 15, Pasal 20 sampai dengan Pasal 24, dan Pasal 26 Undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan."	Pasal 89 (1) "Barangsiapa termasuk dalam salah satu dari hal-hal berikut ini dihukum dengan hukuman penjara tidak lebih dari lima tahun atau denda tidak lebih dari lima juta yen: (i) seseorang yang, dengan melanggar ketentuan Pasal 3, telah melakukan monopoli swasta atau pengekangan perdagangan yang tidak masuk akal (ii) seseorang yang, dengan melanggar ketentuan Pasal 8, butir (i), telah melakukan pembatasan substansial terhadap persaingan dalam bidang perdagangan tertentu."
Dalam Peraturan Komisi		
Nama Peraturan	Peraturan Komisi Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.	*The Rules of Fair Trade Commision Guidelines Concerning Unjust Price Sales Under The Antimonopoly (GULPS).*

Peraturan Komisi Persaingan Usaha terkait Jual Rugi *(Predatory Pricing)*	Indikasi penetapan jual rugi *(predatory pricing)* sebaiknya terlebih dahulu dilakukan 2 (dua) tahap analisis: 1. Mempertimbangkan karakteristik pasar; 2. Memastikan bahwa tingkat harga yang diberlakukan sangat tidak masuk akal.	Persyaratan yang harus dipenuhi dalam penetapan penjualan harga rendah ilegal yang tidak adil berdasarkan Pasal 2 (9) (iii) UUAM: 1. Mode Pemotongan Harga; 2. Kecenderungan yang menyebabkan kesulitan untuk kegiatan bisnis pelaku usaha lain; 3. Tidak adanya alasan yang dapat dibenarkan untuk pemotongan harga.

Berdasarkan peraturan Negara Indonesia dan Negara Jepang, pengaturan persaingan usaha khususnya terkait dengan jual rug*i* hampir sama. Indonesia dan Jepang sama-sama menganut doktrin yang berkembang di Internasional, yaitu bahwa jual rugi dapat mematikan pasar dan membuat pasar yang tidak sehat.[87] Secara pengaturan, di Jepang lebih memuat pengaturan dan larangan yang lebih rinci. Hal tersebut dapat dilihat pada pembagian kategori mengenai klasifikasi jual rugi, yaitu jual rugi merupakan salah satu praktik perdagangan yang tidak adil dan sebagai bentuk dari monopoli. Hal ini memberikan kepastian hukum dalam masyarakat khususnya pelaku usaha, baik secara umum maupun khusus hal ini adalah pelaku usaha yang menggunakan sistem elektronik *(e-commerce)*. Dengan terperincinya pengaturan dan larangan mengenai klasifikasi jual

[87] Ameilya, Y. *Op.Cit*. hlm.15.

rugi bagi pelaku usaha di Jepang maka setiap pelaku usaha telah mempunyai pengaturan yang jelas dan setiap pelaku usaha pun akan berusaha sebaik mungkin melakukan kegiatan jual belinya tanpa *praktik* jual rugi yang mengakibatkan pasar yang tidak sehat.

Selanjutnya, melihat dari komisi yang melaksanakan pengawasan dan penegakan hukum persaingan usaha pada negara Indonesia dan Jepang terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya KPPU Indonesia dan FTC Jepang, yaitu dapat dilihat bahwa kedua komisi tersebut sama-sama dibentuk berdasarkan dengan ketentuan Undang-Undang. Perbedaan dari keduanya dapat dilihat, jika FTC Jepang merupakan komisi negara independen yang ada berdasarkan konstitusi negara sedangkan, KPPU Indonesia merupakan lembaga independen lain diluar dari konstitusi negara.[88]

Tabel Persamaan dan Perbedaan Pengaturan *Predatory Pricing* di Indonesia dan Jepang

Perbedaan	Persamaan
Pengaturan terkait *predatory pricing* dalam Undang-Undang Jepang diatur dalam tiga Pasal, yaitu Pasal 2 (9) (iii), Pasal 3, dan Pasal 19 sedangkan, dalam Undang-Undang Indonesia diatur dalam satu Pasal, yaitu Pasal 20.	Pengaturan terkait larangan *predatory pricing* sama-sama diatur dalam Undang-Undang dan Peraturan Komisi.
Pengaturan Sanksi Administratif dalam Undang-Undang negara	

[88] Tarigan, IB, 2019, "Kajian Perbandingan tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha di Indonesia Dibandingkan dengan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Negara Jepang". *Jurnal Hukum*. hlm.11.

Jepang dikenakan denda tidak lebih dari lima juta yen atau sekitar Rp. 521.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sedangkan, dalam Undang-Undang di Indonesia dikenakan denda serendah-rendahnya Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya 25.000.000.000,000 (dua puluh lima miliar rupiah).	
Pengaturan terkait penetapan pelaku usaha yang terduga melakukan *predatory pricing* dalam Undang-Undang Jepang diatur dalam dua kriteria, yaitu: 1. Kriteria I, harga dibawah biaya dapat dipandang sebagai praktik perdagangan yang tidak adil. Mode potongan harga, apakah ada pertimbangan yang berlebihan atau tidak di bawah biaya yang diperlukan untuk pasokan. Lalu, Harga yang lebih rendah dari biaya berfitur variabel, mengacu pada biaya produksinya dan adanya kecenderungan yang menyebabkan kesulitan untuk kegiatan bisnis perusahaan lain. 2. Kriteria II, kegiatan pelaku usaha baik secara individu maupun kelompok mengendalikan pasar, sehingga dapat menyebabkan ketidakstabilan pasar, menurunnya tingkat kesejahteraan pelaku usaha lain yang terlibat dalam pasar tersebut, bertentangan dengan kepentingan publik,	

pengekangan persaingan secara substansial dalam bidang perdagangan tertentu. Undang-Undang di Indonesia belum mengatur terkait dengan kriteria yang harus dipenuhi pelaku usaha jika terduga melakukan *predatory pricing*.	
Komisi Pengawas Persaingan usaha Jepang merupakan komisi negara independen yang berdasarkan konstitusi negara sedangkan, Komisi Pengawas Persaingan Usaha Indonesia merupakan lembaga independen di luar dari konstitusi negara.	
Penetapan syarat bagi pelaku usaha yang terduga melakukan *predatory pricing* dalam Peraturan Komisi Jepang terdapat tiga kriteria yang harus dipenuhi, yaitu: 1. Mode Pemotongan Harga; 2. Kecenderungan yang menyebabkan kesulitan untuk kegiatan bisnis pelaku usaha lain; 3. Tidak adanya alasan yang dapat dibenarkan untuk pemotongan harga. Sedangkan, Indikasi penetapan pelaku usaha yang terduga melakukan *predatory pricing* dalam Peraturan Komisi Indonesia terdapat dua tahap analisis, yaitu: 1. Mempertimbangkan karakteristik pasar; 2. Memastikan bahwa tingkat harga yang diberlakukan sangat tidak masuk akal.	

B. Potensi Pengaturan *Predatory Pricing* Berdasarkan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha di Indonesia dan Jepang

Penegakan hukum menjadi proses dan upaya untuk menegakkan fungsi serta, norma-norma hukum, yang digunakan sebagai landasan berperilaku dalam hubungan-hubungan hukum dalam kehidupan bermasyarakat.[89] Penegakan hukum bertujuan untuk mengharmonisasikan norma yang terkandung dalam suatu peraturan perundang-undangan dan realita yang terjadi. Dilakukannya pengawasan dari pelaksanaan implementasi suatu aturan, yang juga merupakan bentuk dari penegakan hukum. Penegakan hukum di dalamnya terkandung upaya untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan hukum sebagaimana mestinya, mengawasi implementasi peraturan perundang-undangan agar tidak terjadi pelanggaran dan apabila terdapat pelanggaran maka pihak lain sebagai aparat penegak hukum memiliki fungsi untuk memulihkan kembali kondisi ideal yang selaras dengan tujuan dari dibentuknya peraturan hukum tersebut.

Perdagangan yang dilakukan secara elektronik memiliki potensi yang cukup besar dapat terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Pelaku usaha secara skala besar memiliki *market power* yang cukup besar untuk dapat mengendalikan suatu pasar atau menciptakan hambatan bagi pelaku usaha lain. Saat ini penjualan suatu produk dilakukan dengan berbagai

[89] Ansori, L, 2017, "Reformasi Penegakan Hukum Perspektif Hukum Progresif". *Jurnal Hukum*. Vol.4, No.2 hlm. 149.

macam cara untuk menarik konsumen, salah satu cara efektif adalah melalui perdagangan elektronik.[90]

Praktik jual rugi dapat diartikan sebagai salah satu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan atau jasa dengan cara jual rugi, praktik ini bertujuan untuk mematikan pelaku usaha lainnya, praktik ini dilakukan dengan cara menetapkan harga tidak wajar, harga lebih rendah dari biasanya atau lebih rendah dari harga rata-rata pasar.[91] Praktik jual rugi dalam jangka pendek sangat menguntungkan konsumen akan tetapi, setelah menyingkirkan pelaku usaha lainnya atau pesaing dari pasar dan menghambat calon pesaing baru, pelaku usaha dominan atau pelaku usaha *incumbent* tersebut mengharapkan dapat menaikkan harga secara signifikan.[92]

Praktik ini perlu dilakukan pengkajian sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Pasal 20 UU Anti Monopoli. Praktik jual rugi dilarang bukan karena menetapkan harga yang terlalu rendah dengan produk atau jasa yang dijual sekarang akan tetapi, karena di masa yang akan datang pelaku usaha akan berusaha untuk mengurangi produksinya dan menaikkan harga jual. Hal ini dapat terjadi jika pelaku usaha lain lemah, dan terdapat halangan untuk masuk ke pasar baik bagi pelaku usaha baru maupun pelaku usaha yang telah dikalahkan. Oleh karena itu, apabila pelaku usaha yang melakukan jual rugi dan tetap tidak mengurangi produksi serta menaikkan

[90] Effendi, B. *Op.Cit.*hlm. 28.
[91] Rengganis, D.P. *Op.Cit*. hlm.36.
[92] Febrina, R, 2017, Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) yang dilakukan Pelaku Usaha dalam Perspektif. *Jurnal Hukum*. hlm.243.

harga jual, maka dapat memungkinkan tidak akan terjadi praktik jual rugi yang bertentangan dengan hukum.

Para ahli ekonomi mengkategorikan praktik jual rugi adalah bagian dari usaha *dumping* dari perusahaan, ada 3 (tiga) kategori:[93]

1. Sporadis

   Praktik yang dilakukan dengan cara menjual barang pada pasar luar negeri dalam jangka waktu pendek dengan harga dalam negeri negara pengekspor atau biaya produksi barang tersebut. Hal ini sering dimaksudkan untuk menghapuskan barang yang tidak diinginkan. Niat praktik ini sama sekali tidak untuk menindas atau mematikan produk pesaing.

2. Persisten

   Praktik penjualan pada pasar luar negeri yang dijual dengan harga dibawah harga produksi. Praktik ini dilakukan secara menetap dan terus menerus yang menjadi kelanjutan dari penjualan barang yang dilakukan sebelumnya.

3. *Predatory*

   Praktik yang terjadi ketika pelaku usaha untuk sementara waktu melakukan diskriminasi harga tertentu sehubung dengan adanya para pembeli asing. Diskriminasi ini dilakukan untuk menghilangkan persaingan-persaingannya dan kemudian

[93] Akmal A. 2016. "Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Perspektif Hukum Ekonomi dan Hukum Islam", *Jurnal Hukum Islam,* Vol. 9, No. 1. hlm. 54-69.

menaikkan lagi harga barang setelah persaingan tersebut tidak terjadi kembali.

Ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memang sudah mengatur terkait hukum persaingan usaha di Indonesia. Undang-Undang tersebut tidak hanya mengatur tentang pelarangan kegiatan anti monopoli namun, pemerintah juga memberikan wadah untuk mengawasi berjalannya kegiatan usaha yang ada agar perdagangan di Indonesia menjadi persaingan usaha yang sehat serta anti monopoli melalui Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU). KPPU memiliki wewenang dalam mengawasi seluruh kegiatan usaha yang ada termasuk pelaku usaha yang melakukan perdagangan secara elektronik (*e-commerce*). Jenis transaksi *e-commerce* sendiri KPPU memiliki bidang deputi pencegahan yang mempunyai wewenang untuk mengawasi bisnis di bidang digital agar semua pelaku usaha di Indonesia dapat terlindungi dan menciptakan persaingan usaha yang sehat dengan cara pencegahan praktik monopoli dan perilaku persaingan usaha tidak sehat.

Tiktok *Shop* adalah salah satu *social commerce* yang sekarang sudah menjadi *e-commerce* (akuisisi dengan *e-commerce* Tokopedia) yang menjalankan usaha dengan transaksi digital dan pengiriman barang secara *online*. Salah satu kegiatan Tiktok *Shop*

sebelum terpisah menjadi aplikasi tersendiri dari Tiktok kegiatan nya belum diawasi oleh KPPU. Salah satu kegiatan Tiktok *Shop* yang diduga melakukan praktik jual rugi dengan cara melangsungkan penawaran harga secara terus menerus dengan harga rendah dibawah dibandingkan *e-commerce* maupun pelaku usaha konvensional. Salah satu contoh kasusnya ialah Akun yang bernama Toko Hijab pada Tiktok *Shop* yang menjual produk jilbabnya dengan harga Rp. 3.000 - Rp.5.000, sedangkan diketahui bahan dan kualitas jilbab tersebut dari seorang produsen bermodalkan Rp.19.500.[94] Kasus seperti ini dapat dikategorikan sebagai praktik jual rugi namun, Undang-Undang Anti Monopoli belum mengatur secara rinci terkait dengan praktik jual rugi tersebut.

Tindakan tersebut ditinjau secara menyeluruh terkait dengan praktik jual rugi *(predatory pricing)* di *social commerce* sebagaimana dalam Pasal 20 UU Anti Monopoli menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang untuk melakukan pemasok barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaing di pasar yang bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Melihat penjelasan Pasal 20 UU Anti Monopoli praktik jual rugi dapat digambarkan ketika pelaku usaha yang memiliki posisi

[94] Rania Wahyono. *Op.Cit.*

dominan dalam pasar. Menjual produknya dibawah harga produksi dengan tujuan untuk mematikan dan memaksa pelaku usaha lainnya untuk keluar dari pasar. Setelah memenangkan persaingan, pelaku usaha akan menaikkan harga kembali dengan tidak masuk akal diatas harga pasar dan berupaya untuk mengembalikan kerugiannya dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli (karena pelaku usaha pesaingnya telah keluar dari pasar).

Melihat pengaturan terkait *predatory pricing* berdasarkan Pasal 20 UU Anti Monopoli, yang mengatur bahwa UU *a quo* melarang praktik jual rugi yang dilakukan dengan cara menetapkan harga yang sangat rendah dengan tujuan untuk menghilangkan persaingan usaha dari para pelaku usaha pesaing pada pasar yang bersangkutan. Tindakan ini dikhawatirkan dapat menimbulkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Menentukan suatu pelaku usaha yang diduga melakukan praktik jual rugi dapat dibuktikan dengan cara melakukan pendekatan yuridis *rule of reason*, yaitu dapat dibuktikan dengan akibat praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dari praktik jual rugi. Unsur-unsur pembuktian praktik jual rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 20 UU Anti Monopoli:[95]

[95] Nazhari, A. F. 2023. "Analisis Dugaan Praktik *Predatory Pricing* dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri *E-commerce*", *Jurnal Hukum*, Vol. 3 , No. 1. hlm. 23.

1. Diperlukan pembuktian terhadap tindakan pelaku bisnis yang terlibat dalam praktik jual rugi.
2. Unsur pemasaran, yaitu kegiatan penyediaan pasokan, baik dalam bentuk jasa atau produk.
3. Unsur barang, yaitu objek yang ditransaksikan oleh pelaku usaha melalui layanan *e-commerce*.
4. Unsur jasa, yaitu layanan atau jasa yang diperdagangkan untuk mendapatkan manfaat.
5. Unsur jual rugi, yaitu harga jual yang berada dibawah harga pasar, sehingga tidak mendapatkan keuntungan dalam kegiatan jual beli.
6. Unsur harga rendah, yaitu harga yang ditetapkan sangat rendah dibawah harga pasar.
7. Unsur dengan maksud, yaitu praktik jual rugi dilakukan dengan tujuan untuk memonopoli pasar atau membuat persaingan usaha menjadi tidak sehat.
8. Unsur menyingkirkan, yaitu mengeluarkan pelaku usaha pesaing dari pasar yang sama atau bersangkutan.
9. Unsur pelaku usaha pesaing, yaitu pelaku usaha pesaing pada pasar yang bersangkutan, dimana dalam ruang lingkup *e-commerce* adalah menyediakan layanan *e-commerce*.
10. Unsur pasar bersangkutan, yaitu pasar yang berada dalam jangkauan daerah pemasaran pelaku usaha atas jual beli

barang atau jasa yang sejenis, dalam hal ini pasar yang bersangkutan, yaitu *e-commerce*.

11. Unsur perilaku monopoli, yaitu sebagai akibat pemusatan ekonomi yang mengarah pada dominasi produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa.
12. Unsur persaingan usaha tidak sehat, yaitu tindakan tidak jujur dari pelaku usaha yang dapat menghambat persaingan usaha dalam pasar bersangkutan.

Adanya unsur-unsur tersebut berperan sebagai bentuk pembuktian atas praktik jual rugi. Ditinjau dari hubungan antara praktik jual rugi ditinjau dari hubungan antara jual rugi, *rule of reason*, dan perspektif layanan *e-commerce*, sebagaimana diatur dalam Pasal 20 UU Anti Monopoli terdapat aspek krusial, yaitu indikasi jual rugi. Jual rugi khususnya terkait dengan layanan *e-commerce* adanya pemenuhan kriteria penetapan harga rendah, pangsa pasar, struktur biaya, biaya jangka pendek, biaya jangka pendek per-satuan dan *sunk cost* serta *unreasonable price*.

KPPU mengatur terkait dengan praktik *predatory pricing* dalam Peraturan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (jual rugi) UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Peraturan KPPU *a quo* menjelaskan bahwa jika ada pelanggaran dalam kegiatan menjual dengan kerugian atau

menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan pesaing di pasar yang bersangkutan dan mengarah pada praktik monopoli dan/atau persaingan tidak sehat. Oleh karena itu, dengan menghilangkan peluang pelaku usaha pesaing untuk masuk ke pasar yang bersangkutan, maka pelaku usaha dapat mempertahankan posisi dominannya. Cara melihat apakah suatu perbuatan jual rugi ditujukan untuk mematikan usaha pesaing atau tidak dapat dilihat secara umum, sebagai berikut:

1. Mematikan pelaku bisnis kompetitor di pasar yang bersangkutan;
2. Membatasi kompetitor dengan cara menggunakan kebijakan predatory pricing sebagai *entry barrier*;
3. Memperoleh laba besar di masa mendatang;
4. Mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu; atau
5. Berupa harga promosi yang diperkenalkan menjadi produk baru sebagai strategi pemasaran.[96]

Pada layanan *social commerce* Tiktok *Shop* beserta pelaku usaha didalamnya terjadi kerja sama dalam menetapkan harga dibawah pasar *e-commerce* lainnya. Kebijakan yang diterapkan tersebut belum dapat dikatakan sebagai praktik jual rugi. *e-commerce* sebagai wadah dengan pemasok barang dan/atau jasa

[96] Peraturan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 25 (Penyalahgunaan Posisi Dominan) UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

berskala produksi besar, memiliki pangsa pasar yang besar dan menguasainya, sehingga dapat menekan biaya produksi serta, memiliki pangsa pasar yang besar dan dapat menguasainya. Kebijakan tersebut belum dapat dikategorikan sebagai jual rugi karena dengan terciptanya banyak *e-commerce* dan banyak pelaku usaha yang ada di dalamnya, maka menjadikan pasar yang bersangkutan tersebut sebagai persaingan usaha yang terbuka dan setiap pelaku usahanya mempunyai kesempatan untuk menentukan harga yang kompetitif.

Penetapan harga yang sangat rendah dalam jangka waktu singkat dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang, perlu adanya pertimbangan dalam praktik jual rugi, khususnya mengenai pendekatan *reasonable*.[97] Memanfaatkan pertimbangan terhadap kemampuan *e-commerce* dan pelaku usaha yang menggunakan layanan *e-commerce* tersebut dapat menutup potensi kerugian dalam jangka waktu panjang. Adanya pertimbangan atas kemampuan pendekatan keuangan dengan melakukan perbandingan antara biaya penerimaan dan biaya produksi, sehingga dapat menemukan tingkat kewajaran atas praktik jual rugi.

[97] Syalal, M. 2020, *"*Dugaan Praktik *Predatory Pricing* dalam *Electronic Commerce* di Indonesia*"*, Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 01 , No. 02. hlm. 28.

Oleh karena itu, diperlukan penambahan unsur-unsur pelaku usaha dapat dikatakan melakukan jual rugi *(predatory pricing)*, jangka waktu panjang dengan durasi minimal berapa lama, dan diperlukan adanya pemenuhan unsur menghilangkan para pelaku usaha pesaing dari pasar bersangkutan. Hal ini berdasarkan analisis terkait dengan indikasi jual rugi dan konsekuensi dari jual rugi, dalam hal ini kaitannya dengan penetapan harga pasar terhadap suatu produk atau jasa yang menggunakan layanan *e-commerce*.

KPPU juga mengeluarkan Peraturan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Peraturan tersebut menjelaskan bahwa adanya pelarangan kegiatan jual beli dengan menetapkan harga dengan sangat rendah dengan maksud untuk menghilangkan pesaing pada pasar yang bersangkutan yang mengakibatkan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. KPPU juga menjelaskan dalam konteks persaingan koperasi, tindakan yang dilakukan berupa jual rugi, dengan tujuan memperoleh posisi yang dominan di pasar. Oleh karena itu, dengan menghilangkan peluang pelaku usaha pesaing dari pasar yang bersangkutan, maka pelaku usaha yang melakukan praktik ini dapat mempertahankan posisi dominannya. Cara untuk memastikan dan menganalisis apakah perbuatan jual rugi yang dilakukan pelaku usaha memang dilakukan

untuk mematikan usaha pesaing atau tidak dapat dilihat secara umum sebagai berikut:[98]

1. Mematikan pelaku usaha pesaing pada pasar yang bersangkutan:
2. Membatasi kompetitor dengan menggunakan kebijakan jual rugi sebagai *entry barrier* (hambatan untuk masuk pasar);
3. Memperoleh laba besar di masa yang akan datang;
4. Mengurangi kerugian di masa yang akan datang;
5. Menetapkan harga promosi untuk memperkenalkan produk baru sebagai strategi pemasaran.

Suatu perbuatan jual rugi indikasi merugikan pihak lain apabila memenuhi maksud pada poin 1 sampai dengan 3. Oleh karena itu, KPPU haruslah teliti dalam mengawasi perbuatan praktik jual rugi yang dilakukan pelaku usaha dalam perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Mengetahui apakah praktik tersebut merupakan praktik jual rugi, praktik *flash sale*, atau sebagai praktik untuk mengurangi kerugian untuk menghabiskan stok gudang.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha di dalam menetapkan seorang atau sekelompok pelaku usaha melakukan praktik jual rugi (*predatory pricing*), yaitu dengan cara ketika pelaku usaha menetapkan harga yang sangat rendah dibandingkan dengan

[98] Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 25 (Penyalahgunaan Posisi Dominan) UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

harga yang ditetapkan oleh sejumlah pelaku usaha lain, dengan melakukan *horizontal comparison*. Pelaku usaha yang melakukan pemasokan barang dan atau menetapkan harga yang sangat rendah, sehingga diduga mempunyai tujuan untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaing di pasar yang bersangkutan, apabila keuntungan yang didapatkan lebih rendah dari tingkat suku bunga yang berlaku maka dapat diduga melakukan *praktik* jual rugi (*predatory pricing*).

Melihat dari maksud dan tujuan dilakukannya praktik jual rugi sebagaimana diatur dalam Peraturan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2016[99] untuk menentukan perbuatan jual rugi yang dapat mematikan persaingan usaha, KPPU dapat melakukan tes untuk mendeteksi praktik jual rugi *(predatory pricing)* yang telah diatur dalam Peraturan Komisi, yaitu sebagai berikut:[100]

1. *Price-Cost Test*, pengujian yang dilakukan dapat melalui perbandingan objektif data harga dan biaya. Pengujian ini tidak bertujuan untuk membuktikan secara jelas bahwa pelaku ekonomi terlibat dalam praktik jual rugi, akan tetapi, memberikan informasi bahwa pengujian ini digunakan sebagai indikasi awal terjadinya praktik jual rugi.

[99] Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 25 (Penyalahgunaan Posisi Dominan) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

[100] Nazhari, A. F. *Op.Cit*. hlm.26.

2. *Areeda Turner Test*, penetapan harga suatu produk atau jasa yang dianggap predator jika berada di bawah biaya marginal jangka pendeknya. Harga yang berada diatas harga marginal biaya jangka pendek bukan merupakan predator. Pengujian ini dilakukan sesuai dengan teori pasar persaingan sempurna yang menyamakan harga pasar dengan biaya marginal dan pengembalian marginal. Pada tingkatan harga ini, pesaing tidak akan keluar dari pasar selama efisiensi mereka setara dengan pelaku usaha yang dianggap predator. Menentukan biaya marginal cukup sulit, maka Areeda dan Turner merekomendasikan untuk menggunakan biaya rata-rata yang digunakan untuk memproduksi produk sebagai penggantinya. Tes ini dikelompokkan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu pertama, biaya marginal jangka pendek dengan alat bantu uji yang tidak baik, dan kedua, biaya marginal jangka pendek dengan alat pengujian yang baik.
3. *Average Total Cost Test (ATC Test)*, menghindari kelemahan dari tes biaya rata-rata produksi *(AVC Test)* yang gagal mendeteksi harga yang sebenarnya dibawah tingkat biaya. Tes ini tidak hanya menyampingkan biaya marginal, akan tetapi juga menyampingkan biaya rata-rata produksi. Jika harga berada di antara dua jenis biaya, maka hanya dapat menutupi semua biaya variabel, tetapi tidak semua biaya

tetap. Oleh karena itu, penetapan harga dalam kisaran biaya ini tidak cukup hanya untuk menutupi elemen biaya sewa, pembayaran bunga, dan depresiasi. Harga dibawah biaya rata-rata produksi diidentifikasi sebagai harga predator, sedangkan harga diatas biaya rata-rata produksi dan di bawah biaya rata-rata total produksi terkadang disebut sebagai harga predator, kecuali komisi persaingan usaha menemukan pembenaran yang masuk akal.

4. *Average Avoidable ost Test (ACC Test)*, uji ACC merupakan variasi dari tes yang dibuat oleh Areeda-Turner. Tes ACC dilakukan dengan cara membandingkan harga dengan biaya tetap tertentu, tidak termasuk biaya rata-rata produksi dan sunk cost. Hal tersebut dapat diartikan sebagai biaya untuk memproduksi sejumlah output tertentu.
5. *Recoupment Test*, tes ini digunakan untuk membuktikan bahwa pelaku usaha yang terlibat dalam praktik jual rugi. Pelaku usaha yang melakukan praktik tersebut dapat mengakibatkan pesaing keluar dari pasar dan pesaing lain masuk ke dalam pasar. Digunakan untuk memeriksa apakah tujuan pencegahan pelaku usaha pesaing masuk telah tercapai. Selanjutnya, tes tersebut juga memeriksa apakah pelaku usaha jual rugi dapat menghasilkan keuntungan melebihi keunggulan kompetitif mereka untuk menutupi

kerugian yang terjadi saat melakukan praktik jual rugi. Recoupment test memperhitungkan beberapa kondisi dalam keberhasilan strategi penetapan harga predator. Contohnya, dominasi pasar atau kondisi kekuasaan, hambatan masuk *(barriers to entry and re-entry)*, kekuatan finansial relatif, harga, elastisitas permintaan rendah, kelebihan kapasitas, tren pangsa pasar, efisiensi relatif, dampak reputasi, diskriminasi harga, dan subsidi silang.

Berdasarkan tes diatas selaku otoritas Pengawas Persaingan Usaha, KPPU sebenarnya dapat memberikan kepastian hukum dalam memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang melakukan praktik *predatory pricing* (jual rugi) jika pelaku usaha tersebut terbukti memenuhi unsur-unsur yang mematikan persaingan usaha melalui serangkaian tes di atas. Oleh karena itu dapat dijatuhkan sanksi Administratif sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 47 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yaitu berupa:

1. Memerintahkan pelaku usaha untuk memberhentikan kegiatan usaha yang terbukti merupakan praktik monopoli dan/atau merugikan masyarakat (Pasal 47 ayat (2) huruf c) dan/atau
2. Penetapan pembayaran ganti rugi (Pasal 47 ayat (2) huruf f); dan

3. Pengenaan denda paling sedikit Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) (Pasal 47 ayat (2) huruf g).

Apabila setelah dilaksanakan proses pembuktian sebagaimana diatur dalam Perkom Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 25 tentang penyalahgunaan Posisi Dominan berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 ternyata terbukti apabila pelaku usaha tersebut menyalahgunakan posisi dominan maka dapat dikenakan sanksi sebagaimana diatur dalam UU Nomor 5 Tahun 1999.

Sementara itu, untuk Pidana Pokok yang mengatur terkait larangan praktik *predatory pricing* (jual rugi) sebagaimana diatur dalam Pasal 48 ayat (2) UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjelaskan bahwa mengenai pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 20 Undang-Undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan. Bahwa berdasarkan beberapa sumber hukum diatas, yang dapat dilakukan pemerintah untuk mengatasi pelaku usaha yang melakukan praktik *jual rugi* dapat diperiksa terlebih dahulu oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Jika telah terbukti melakukan maka dapat dijerat dengan sanksi pidana denda serendah-rendahnya Rp. 5.000.000.000,00 (lima

miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan.

Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh KPPU dalam penegakan persaingan usaha yang sehat, yaitu sebagaimana yang telah diatur dalam UU Anti Monopoli bahwa KPPU diberi tugas dan wewenang untuk mengawasi setiap kegiatan usaha. KPPU dalam menjalankan tugas terdapat Deputi Pencegahan yang bertugas untuk mengawasi terjadi perilaku diskriminasi dalam pasar.[101] KPPU juga berperan dalam melindungi seluruh pelaku usaha agar tetap berada dalam jalur persaingan usaha yang sehat dan adil.[102] KPPU memiliki wewenang untuk menerima laporan dari masyarakat atau pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.

Melihat pengaturan yang diatur dalam Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha, untuk mengatasi tindakan jual rugi pada kasus Tiktok *Shop* maka Komisi Persaingan Usaha sudah memiliki beberapa pengaturan untuk menindak lanjuti laporan dan dugaan-dugaan dari berbagai pihak terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik predatory pricing. Mulai dari unsur-unsur pembuktian, cara menganalisis dan melakukan tes apakah seseorang

[101] Effendi, B. *Op.Cit*. hlm. 27.
[102] *Ibid.*

atau sekelompok pelaku usaha tersebut terbukti melakukan praktik *predatory pricing* (jual rugi) atau tidak. Selanjutnya, juga terdapat sanksi Administratif yang dapat dilakukan otoritas Pengawas Persaingan Usaha, sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 47 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Terkait dengan kasus penjualan yang dilakukan oleh akun Toko Hijab pada Tiktok *Shop* yang menjual produk jilbabnya dengan harga rugi, menjadi tanggung jawab dari Tiktok *Shop* yang menjadi wadah para pelaku usaha untuk menawarkan barangnya. Perbandingan harga dilakukan dengan cara *horizontal comparison* artinya, dalam hal ini perbandingan harga dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya seperti, Shopee dan Lazada, dengan nama akun penjualan yang sama, produk yang sama serta, dikirimkan ke alamat yang sama tetapi terjadi perbedaan harga yang signifikan dengan *e-commerce* lainnya.

Tabel Perbandingan Harga Produk pada *E-Commerce* di Indonesia.

No.	Nama Toko (Produk)	Tiktok *Shop*	Shopee	Lazada
1.	Toko Hijab (Jilbab)	Rp. 5.000	Rp. 19.500	Rp. 19.500
2.	Jejuby *Official* (*Scrub* Pemutih Badan)	Rp. 110.000	Rp. 169.000	Rp. 115.000
3.	Sattka *Basic* (Ciput)	Rp. 29.750	Rp. 35.000	Rp. 31.500

Penulis menilai bahwa Tiktok *Shop* menawarkan produknya jauh lebih murah dibandingkan dengan produk pada *e-commerce* Shopee dan Lazada. KPPU seharusnya dapat berperan secara optimal dalam rangka penegakan praktik persaingan usaha sehat melalui Peraturan KPPU Nomor 6 Tahun 2011, sehingga nantinya jika terdapat suatu perilaku usaha yang dicurigai apakah benar melakukan praktik jual rugi maka sudah terdapat prosedur yang jelas. Namun, meskipun sudah optimal, KPPU dalam menjalankan pengawasan terhadap pelaku usaha yang menggunakan sistem elektronik juga dapat membuat pedoman pengawasan yang lebih spesifik mengingat aturan teknis dari KPPU sudah tertinggal dari perkembangan ekonomi digital, dengan tujuan untuk memberikan kepastian hukum guna menjaga terlaksananya persaingan usaha sehat pada sektor sistem perdagangan elektronik. Selain itu, Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha belum mengatur secara jelas dan rinci terkait dengan praktik jual rugi khususnya yang dilakukan melalui sistem perdagangan elektronik, terkait dengan jangka waktu berapa lama seorang atau sekelompok pelaku usaha dapat dikatakan dengan jelas melakukan praktik jual rugi dan karakteristik seperti apa yang dapat menetapkan seseorang atau sekelompok pelaku usaha dikatakan melakukan jual rugi.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peraturan yang mengatur terkait dengan praktik jual rugi *(predatory pricing)* di Indonesia adalah Pasal 20 dan Pasal 48 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Indonesia dalam menetapkan seorang atau sekelompok pelaku usaha yang terbukti melakukan praktik jual rugi *(predatory pricing)* juga sudah diatur dalam Peraturan KPPU Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Peraturan tersebut substansinya berbeda dengan peraturan negara Jepang, negaranya mengatur praktik jual rugi *(predatory pricing)* didalam *Shiteki dokusen no kinshi oyobi kosei torihiki ni kansuru horitsu.* Praktik jual rugi *(predatory pricing)* sebagaimana diatur dalam Pasal 2 (9) (iii), Pasal 3, Pasal 19 dan Pasal 89 (1). Negara Jepang juga mengatur terkait persyaratan yang harus dipenuhi dalam penetapan praktik jual rugi dalam *The Rules of Fair Trade Commision Guidelines Concerning Unjust Price Sales Under The Antimonopoly (GULPS).* Keduanya mempunyai peraturan yang hampir sama akan

tetapi, negara Jepang mempunyai penetapan dan syarat-syarat yang lebih detail bagi seorang pelaku usaha yang terduga melakukan praktik *predatory pricing* dibandingkan negara Indonesia yang dimuat dalam *Shiteki dokusen no kinshi oyobi kosei torihiki ni kansuru horitsu* dan *The Rules of Fair Trade Commision Guidelines Concerning Unjust Price Sales Under The Antimonopoly (GULPS).*

2. Pengaturan yang diatur dalam Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha, untuk mengatasi praktik *predatory pricing* (jual rugi) sudah memiliki beberapa pengaturan untuk menindak lanjuti laporan dan dugaan-dugaan dari berbagai pihak terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik *predatory pricing*. Mulai dari unsur-unsur pembuktian, cara menganalisis dan melakukan tes apakah seseorang atau sekelompok pelaku usaha tersebut terbukti melakukan praktik *predatory pricing* (jual rugi) atau tidak. Selanjutnya, juga terdapat sanksi Administratif yang dapat dilakukan otoritas Pengawas Persaingan Usaha, sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 47 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Komisi Pengawas Persaingan Usaha juga memiliki wewenang untuk melakukan pengawasan dengan secara berkala yang dilakukan oleh Deputi Pencegahan KPPU.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan skripsi dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Peraturan terkait dengan praktik jual rugi *(predatory pricing)* di Indonesia sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat namun, berkaca pada Undang-Undang Anti Monopoli Jepang. Peraturan terkait *predatory pricing* di Indonesia masih belum menjelaskan lebih jelas terkait ketetapan dan syarat-syarat pelaku usaha yang dapat dikatakan melakukan praktik *predatory pricing*, adanya pencantuman kurun waktu berapa lama pelaku usaha dapat dikatakan melakukan praktik *predatory pricing*, dan penjelasan lebih lanjut terkait jual rugi atau *predatory pricing* pada bagian penjelasan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Perlu dilakukan perubahan dan penyempurnaan pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat agar peraturan yang terbentuk dapat mengatasi permasalahan *predatory pricing* yang dilakukan pelaku usaha di Indonesia. Hal ini juga sebagai penerapan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.
2. Pengaturan praktik *predatory pricing* (jual rugi) dalam Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang

Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat seharusnya, dapat dilakukan penyempurnaan dengan mengikuti perkembangan zaman di era perdagangan yang dilakukan melalui sistem elektronik. Penyempurnaan dalam pengaturan dapat berupa penjelasan karakteristik secara mendetail dan praktis terhadap pelaku usaha yang dapat dikatakan melakukan praktik *predatory pricing* sehingga, ketika ada laporan pelaku usaha yang diduga melakukan praktik *predatory pricing* dapat ditindaklanjuti dengan cepat. KPPU sebagai otoritas Pengawas Persaingan Usaha seharusnya dapat mengintensifkan peran Deputi Pencegahan sebagai wasit dalam perdagangan digital saat ini, dengan mengembangkan kerangka kerja yang efektif dan responsif terhadap model bisnis yang dilakukan melalui sistem perdagangan elektronik. Perlu adanya perluasan kewenangan KPPU dalam menangani sanksi pidana dan perdata sebagai upaya untuk memperkuat efektifitas penegakan hukum. Kolaborasi antara KPPU dan pengadilan diperlukan, khususnya pada proses pemeriksaan sehingga, dapat diputuskan secara adil dan transparan. Peraturan KPPU dengan demikian, dapat bersifat lebih responsif dan kolaboratif.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Abdurrahman. 2009. *Sosiologi dan Metodologi Penelitian Hukum*. Malang: UM Press.

Adi, Susanti. 2012. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Aziz, A. 2004. *Ekonomi Sufistik Model Al-Ghazali: Pemikiran Al-Ghazali tentang Moneter dan Bisnis,* Jakarta: Wangsa Merta.

Barkatullah, A. H. dan Prasetyo, T. 2005. *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia,* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fahmi, A, 2017. *Hukum Persaingan Usaha*, Edisi, II, Jakarta: Komisi Pengawasan Persaingan Usaha.

Kahf, M, 1995. *Ekonomi Islam: Telaah analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kamal, Mustafa, 2010. *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Karim, A, 2022. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Karim Bisnis Konsultan dan IIIT.

Halim, A. B dan Prasetyo, T. 2005. *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia,* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hansen, Knud. 2002. *Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Jakarta: GTZ-PT. Katalis.

Hermansyah, 2008. *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Pernada Media Group.

Mahmud, Peter. 2005. *Penelitian Hukum*. Surabaya: Kencana Prenada Media Group.

Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Bandung: Alfabeta.

Marbun, B.N. 2003. *Kamus Manajemen,* Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Musnandar, Sanusi. 2011. *Hukum E-commerce*, Jakarta: Sasrawarna Printing.

Nugroho, S. A. 2002. *Pengantar Hukum Persaingan Usaha di Indonesia, ed.3.* Jakarta: Prenada Media Grup.

Prayoga, A. D, et. AL, 1999, *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturnya*, Jakarta: Proyek ELIPS.

Rengganis, D.P. 2013. *Hukum Persaingan Usaha Perangkat Telekomunikasi dan Pemberlakuan Persetujuan Acfta.*. Bandung: PT. Alumni.

Romindo, dkk. 2019. *E-Commerce*: *Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, Medan: Yayasan Kita Menulis.

Soekanto, Soerjono. 1986. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.

Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. 2001. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkatan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Suhasril dan Makarao, M. T, 2010. *Hukum Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Sullivan, E. Thomas dan Jeffrey L. 1944. *Understanding Antitrust and Its Economic Implication*. New York: Matthew Bender dan Co.

Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: Andi Offset.

Tutik. T. 2008. *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Cet ke- 2, Jakarta: Kencana.

Waluyo, Bambang. 1996. *Penelitian Hukum Dalam Praktik.* Jakarta: Sinar Grafika.

Yahya, M dan Fatchurrahman, 1986. *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqih Islam*, Bandung: Alma'arif.

B. Jurnal

Agustina, D.*"*Fitur *Social Commerce* dalam *Website E-Commerce* di Indonesia*"*. *Jurnal Informatika Mulawarman*. Vol. 12 , No. 01. 2017.

Akmal A. "Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Perspektif Hukum Ekonomi dan Hukum Islam", Jurnal Hukum Islam, Vol. 9, No. 1, April, 2016.

Ameilya, Yohanna Panjaitan ,*"*Indikasi *Predatory Pricing* pada Praktik Perang Harga Antara Pelaku Usaha *Financial Technology (Fintech)* Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*"*, Jurnal Hukum, Vol. 01 , No. 38, November, 2021.

Ansori, L, "Reformasi Penegakan Hukum Perspektif Hukum Progresif". Jurnal Hukum. Vol.4, No.2, Desember 2017.

Effendi, B. "Pengawasan dan Penegakan Hukum terhadap Bisnis Digital *(E-Commerce)* oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat", Jurnal Hukum, Vol. 4 , No. 1, April 2023.

Eriyanti, YE. "Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep *Predatory Pricing* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha". Skripsi Fakultas Hukum Universitas Jember, 2019.

Febrina, R, "Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) yang dilakukan Pelaku Usaha dalam Perspektif". Jurnal Hukum., Februari, 2017.

Firsty Sasi Suci, Dr. R. Teddy Prima Anggriawan,S.H., S.Sos., M.Kn., CLA, & Aldira Mara Ditta Caesar, "Keterkaitan Pemberian *Discount* Pada Produk Kosmetik dengan Konsep *Predatory Pricing* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha", Vol. 1, No. 2, Juni, 2023.

Furqon, E dan Helvan Subia Effendi, *"*Kedudukan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha dalam Memutus Pelanggaran Persaingan Usaha menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*"*. Jurnal Hukum, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Vol. 07 , No. 02, September, 2020.

Habib, Muhamad, Avid Brilian, Yusa Pridas & Hanna Oktaviana, *"*Urgensi Revisi Undang-Undang Anti Monopoli Indonesia Studi Perbandingan *Fair Trade Commision* Jepang*",* Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 01 , No. 02, Februari, 2022.

Kenneth M. Davidson, "*Creating Effective Competition Institutions: Ideas For Transitional Economies"*, Jurnal Hukum, 2005.

Maher Syalal, *"*Dugaan Praktik *Predatory Pricing* dalam *Electronic Commerce* di Indonesia*"*, Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 01 , No. 02, November, 2022.

Meng. X. *"Study on Combining of E-commerce and E-marketing",* Jurnal Informasi, Komunikasi dan Teknologi, Vol. 5, No. 5. Mei, 2010.

Murniat, R. "Penyelesaian Perkara Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha oleh KPPU, Hukum Bangun Teori dan Telaah dalam Implementasi."Skripsi Fakultas Hukum Universitas Lampung, 2009.

Nathania Alwi Ramdhani dan Imron Musthofa, *"*Analisis Respon UMKM dan Konten Kreator Terhadap Kebijakan *Social Commerce* Lewat Peraturan Menteri Perdagangan*"*, Jurnal Hukum, Vol. 11 , No. 03, Desember, 2023.

Nazhari, A. F. "Analisis Dugaan Praktik *Predatory Pricing* dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri *E-commerce"*, Jurnal Hukum, Vol. 3 , No. 1, Mei, 2023.

Ni Putu Yuley Restiti, Ni Luh Made Mahendrawati & Ni Made Sukaryati Karma, "Pengaturan *Predatory Pricing* Transportasi *Online* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha", Jurnal Hukum, Vol. 3, No.01, Desember, 2021.

Robert, K. *"Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities"*, Jurnal Ekonomi, Vol. 74, No. 2. Maret, 2010.

Tarigan, IB, *"Kajian Perbandingan tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha di Indonesia Dibandingkan dengan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Negara Jepang"*. Jurnal Hukum, Maret, 2019.

Vicky Darmawan A.P dan Ditha Wiradiputra, "*Predatory Pricing* dalam *E-Commerce* Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha", Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, Vol. 6, No. 3, Juli, 2022.

Yolanda, Eka Eriyanti, "Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep *Predatory Pricing* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha", Skripsi Fakultas Hukum Universitas Jember, 2019.

D. Peraturan

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Shiteki dokusen no kinshi oyobi kosei torihiki ni kansuru horitsu.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 25 (Penyalahgunaan Posisi Dominan) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

The Rules of Fair Trade Commision Guidelines Concerning Unjust Price Sales Under The Antimonopoly (GULPS).

E. Data Internet

M. Robby Septiyan (2023, 13 Okt). Tiktok *Shop* dan Kasus *Predatory Pricing* di Indonesia, Aturannya?. https://bisnis.tempo.co/read/tiktok-shop-dan-kasus-predatory-pricing-di-indonesia-aturannya. Diakses tanggal 28 Desember 2023.

Ritchie B. Tongo. (2023, 19 Sep). Dugaan *Predatory Pricing* Tiktok *Shop* yang Mengancam UMKM. https://www.republika.id/posts/45624/dugaan-predatory-pricing-tiktok-shop-yang-mengancam-umkm. Diakses tanggal 28 Desember 2023.

Tim Hikmah Detikcom. (2020, 16 Okt). 4 Sumber Hukum Islam yang Disepakati Ulama, https;//news.detik-sumber hukum Islam . Diakses tanggal 12 Februari 2024.

Lampiran-lampiran

FAKULTAS HUKUM
Gedung Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurangkm 14,5 Yogyakarta55584
T. (0274)7070222
E. fh@uii.ac.id
W. law.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 155/Perpus-S1/20/H/V/2024

Bismillaahhirrahmaanirrahaim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: **M. Arief Satejo Kinady, A.Md.**
NIK	: **001002450**
Jabatan	: **Kepala Divisi Adm. Akademik Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Berliana Fitri Yubi Sanovan
No Mahasiswa	: 20410867
Fakultas/Prodi	: Hukum
Judul karya ilmiah	: PENGATURAN PREDATORY PRICING DALAM SOCIAL COMMERCE TIKTOK SHOP (Studi Komparasi Peraturan Persaingan Usaha Indonesia dan Jepang)

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil **20**%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 27 Mei 2024 M
19 Dzulqoidah 1445 H

Kepala Divisi Adm. Akademik

M. Arief Satejo Kinady, A.Md