

Analisis Praktek *Predatory Pricing* dalam *E-Commerce* (Studi Kasus Platform Lazada)

Yaafi'ah Qothrunnada Elysia Al-Mahya¹, Reggina Eriyanti Zealanandia Aura Sari²,
Nur Azlina Abul Kalam³, Maisyaroh Umdzatul K⁴

Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

Email: 21071010019@student.upnjatim.ac.id¹, 21071010030@student.upnjatim.ac.id²,
22071010098@student.upnjatim.ac.id³, 22071010214@student.upnjatim.ac.id⁴

Abstrak

Predatory pricing merupakan tindakan yang dapat merusak iklim bisnis dan sektor perekonomian di suatu negara. Aktivitas tersebut dapat terjadi ketika para pelaku usaha menjual dengan harga yang jauh dari harga pasaran dengan tujuan untuk mematikan kompetitor lainnya. Para pelaku usaha memiliki hak yang sama untuk melakukan tindakan jual baik itu barang dan jasa tetapi terkadang beberapa pelaku usaha melakukan kecurangan dengan menjual harga yang lebih murah. Pemerintah Indonesia telah membuat regulasi yang tepat mengenai pencegahan praktik monopoli tersebut pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pada penelitian ini yang bertujuan untuk menganalisis praktik predator reprising yang terjadi pada platform e-commerce Lazada dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif serta mengeksplorasi bagaimana kedudukan para pelaku usaha dalam e-commerce. Penelitian ini menyimpulkan perlunya pengawasan lebih lanjut dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) untuk memastikan bahwa praktik pemasaran di platform e-commerce tidak melanggar hukum persaingan usaha dan tetap menjaga keseimbangan pasar. Hanya di sana, juga ter pembaharuan pada undang-undang nomor 5 tahun 1999 agar dapat mengakomodir mengenai pencegahan praktik monopoli pada sektor perdagangan terutama *E-commerce*.

Kata Kunci: E-Commerce, Jual Rugi, Perdagangan Internasional, Lazada

Abstract

Predatory pricing is an action that can damage the business climate and economic sector in a country. This activity can occur when business actors sell at prices far from market prices with the aim of killing other competitors. Business actors have the same rights to carry out sales actions, both goods and services, but sometimes some business actors cheat by selling at lower prices. The Indonesian government has made appropriate regulations regarding the prevention of monopolistic practices in Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. This study aims to analyze the predatory reprising practices that occur on the Lazada e-commerce platform using normative legal research methods and explore the position of business actors in e-commerce. This study concludes that further supervision is needed from the Business Competition Supervisory Commission (KPPU) to ensure that marketing practices on e-commerce platforms do not violate competition law and maintain market balance. Only there, also updated in law number 5 of 1999 to accommodate the prevention of monopolistic practices in the trade sector, especially E-commerce.

Keywords: E-Commerce, Predatory Pricing, International Trade, Lazada

PENDAHULUAN

Pada era modernisasi ini jaman semakin berkembang seiring dengan teknologi canggih yang memadai kehidupan masyarakat sehari-hari. Faktor dari perkembangan jaman menjadi modernisasi adalah adanya globalisasi. Globalisasi adalah suatu aktivitas pada berbagai bidang yang menjadi kekuatan pasar di negara-negara seluruh dunia, dunia yang semakin terintegrasi

dan tidak terbatas pada garis teritorial suatu negara.¹ Pengaruh nyata dari adanya globalisasi dirasakan dalam perdagangan internasional di seluruh dunia, yakni ditandai oleh kemunculan *e-commerce*. Pada perdagangan dunia telah muncul berbagai macam jenis pasar salah satunya adalah *e-commerce* yang didalamnya terdapat peluang pasar yang besar, luas dan tentu murah. Keuntungan yang didapatkan dari *e-commerce* ini berpihak tidak hanya pada pelaku usaha dalam negeri saja, melainkan juga para pelaku usaha luar negeri.

Barang yang diperjualbelikan pada laman *e-commerce* terbilang murah dibandingkan dengan *offline store* yang menjual harga dengan lebih mahal, atau barang yang berasal dari impor tergolong memiliki harga yang lebih rendah. Harga yang murah identik dengan barang produk impor dari luar negeri, berbeda dengan produk dalam negeri yang masih tergolong mahal. Penyebab murahnya harga produk impor adalah pada potongan diskon besar dan ongkir kirim yang gratis. Sehingga membuat produsen lokal terhambat untuk memasarkan produk dalam negeri. Produk dari dalam negeri cukup dibilang kalah saing dibandingkan dengan penjualan barang impor. Maka, dalam hal ini praktek jual rugi pun menjadi ramai diperbincangkan.

Pada tahun 2019 adanya kematian bisnis UMKM didasarkan pada praktik jual rugi di Indonesia, membuat produksi lokal seperti fashion, barang-barang terhambat dalam penjualannya. Perdagangan ini tentu memberikan dampak yang baik bagi pelaku asing karena praktek jual rugi tergolong banyak daya saing dari berbagai kalangan masyarakat. Sehingga hal ini yang menjadi sorotan dalam praktek jual rugi adalah Lazada sebagai platform yang cukup besar di Indonesia dengan menyediakan banyak produk yang terjual dari harga termurah hingga termahal. Adanya persaingan usaha yang semakin meningkat, membuat berbagai *e-commerce* memakai cara untuk *predatory pricing* dalam penjualannya. Terhitung sejak 2021 KPPU melakukan pengawasan yang hasilnya terdapat indikasi pada Lazada yang prosesnya sampai ke tahap penyelidikan. Pengumpulan alat bukti yang dilakukan oleh KPPU terkait dugaan pelanggaran akan menyimpulkan hasil dari penyelidikan untuk ke tahap pemberkasan dan persidangan. Jika terbukti, maka Lazada akan masuk ke dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang telah diatur.

Perkembangan zaman yang semakin canggih dan pesat ini juga sangat mengkhawatirkan dunia perdagangan dalam praktek jual rugi oleh pelaku usaha asing yang terdapat di Indonesia terkhusus pada platform Lazada yang menjadi pusat perhatian karena dapat merugikan pesaing lokal. Strategi dengan penetapan penjualan harga yang rendah biasanya disebut dengan *predatory pricing* dengan menyingkirkan pesaing dalam perdagangan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Cara monopoli dan persaingan yang tidak sehat ini sudah diatur dalam UU Nomor 5 tahun 1999 yang menjelaskan bahwa dilarang melakukan penjualan rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah pada saat pemasokan barang dan atau jasa yang memiliki niat untuk mematikan usaha pesaingnya di pasar. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) bertugas untuk mengawasi praktik ini yang dapat menciptakan monopoli dan merugikan pasar.

Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini dan dapat dijadikan referensi adalah dengan judul “Analisis Dugaan Praktek Jual Rugi Produk Impor Melalui Situs *E-Commerce* Shopee” oleh Adinda Suci Rahadi dan Suherman. Dalam penelitian ini berisikan praktek jual beli rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha asing dari China pada platform Shopee yang kemudian bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Kemudian “*Predatory Pricing* Dalam

¹ Mastriati Hini Hermala Dewi, 2019, *Analisa Dampak Globalisasi Terhadap Perdagangan Internasional*, Jurnal Ekonomia, Vol. 9 No.1.

E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha” oleh Vicky Darmawan, penelitian ini membahas mengenai dasar hukum untuk mencegah adanya *Predatory Pricing* di Indonesia. Lalu jurnal dengan judul “Masa Depan Regulasi Hukum Terkait Praktik *Predatory Pricing* dalam Implementasi *E-Commerce* di Indonesia” oleh Samuci Daulima, dkk. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana cara untuk menerapkan pencegahan *Predatory Pricing* di masa depan dengan regulasi hukum yang sudah ditetapkan di Indonesia.

Terkait permasalahan dalam praktek jual rugi tergolong masing rendah di Indonesia. akan tetapi, hal ini jika terus dibiarkan akan menurunkan produk pasar lokal yang seharusnya dapat berkembang dalam perdagangan internasional. Sehingga, tulisan ini dibuat agar memberikan pengetahuan bagi penjual dan pembeli untuk bijak dalam mematok harga serta memberikan tambahan sumber-sumber dan tulisan lainnya mengenai *predatory pricing* yang akan mengancam perdagangan internasional di masa yang akan datang. Penelitian ini ditulis untuk memberikan suatu edukasi menyeluruh terhadap masyarakat mengenai suatu kebenaran untuk membuktikan bahwa *predatory pricing* sangat berdampak pada situs *e-commerce* salah satunya adalah Lazada.

METODE PENELITIAN

Penelitian hukum ini bersifat yuridis normatif dengan jenis penelitian untuk mengkaji aspek-aspek hukum positif di Indonesia yang diawali dengan norma-norma di masyarakat, kaidah dan analisis pasal dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dengan menelusuri data dan informasi yang diperlukan dari berbagai macam sumber. Penyusunan penelitian ini dilakukan dengan cara membaca, menganalisis dan mempelajari literatur yang relevan dengan tema penelitian.

Adapun sumber bahan hukum yang digunakan dalam penulisan ini adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Peraturan KPPU Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman mengenai jual rugi dan KPPU Nomor 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Bahan hukum sekunder juga mendukung dalam penulisan ini diantaranya adalah jurnal, buku dan internet dalam bahan hukum tersier. Permasalahan yang diambil dalam penelitian ini kemudian akan dikaji dan dianalisis lebih mendalam untuk mengambil suatu kesimpulan yang dapat disampaikan kepada para pembaca.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi *Predatory Pricing*

Dewasa ini kegiatan jual beli melalui *e-commerce* merupakan hal yang sangat digandrungi oleh masyarakat dari kalangan remaja hingga dewasa. *E-commerce* memang memiliki daya tarik yang cukup menggiurkan bagi masyarakat karena dengan adanya platform tersebut dapat menjembatani masyarakat untuk membeli dan menjual berbagai macam barang dan jasa yang sangat mudah dijangkau oleh siapapun.

Berbagai harga ditawarkan mulai dari harga paling rendah hingga yang tertinggi, bahkan untuk satu brand yang dijual oleh berbeda seller memiliki rentang harga yang berbeda-beda. Tidak jarang dalam *e-commerce* kerap terjadi yang namanya *Predatory pricing* pada aktivitas jual-beli secara *online*. *Predatory pricing* merupakan tindakan dengan menjual harga barang di bawah harga jual pasaran dengan tujuan untuk mengeliminasi kompetitor lainnya.²

Predatory Pricing dapat dikatakan sebagai tindakan monopoli terhadap harga jual dipasaran. Tindakan tersebut dapat berdampak buruk terhadap arus perekonomian dan iklim bisnis yang ada di suatu wilayah. Dalam undang-undang nomor 5 Tahun 1999 Memaknai

² Alfath, M., Puruhito, S., & Anisah, S. (2024). The Negative Impact of Predatory Pricing Practice to Fair Competition (The Study of KPPU Decision Number 03/KPPU-L/2020).

bahwasanya *predatory pricing* ialah taktik jual rugi yang dilakukan oleh penjual dengan tujuan untuk menghilangkan pesaing atau mematikan usaha pesaing lainnya di pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan tidak sehat.

Jual rugi merupakan makna yang diberikan menurut hukum positif yang ada di Indonesia terhadap *Predatory Pricing*. Aktivitas tersebut merupakan hal yang dilarang oleh pemerintah Indonesia karena dapat mematikan sektor ekonomi di pasaran. Usaha untuk menaikkan iklim iklim bisnis melalui perekonomian bukanlah hal yang mudah, sehingga untuk mencegah penurunan iklim bisnis tersebut pemerintah Indonesia mengatur secara tegas terkait adanya *predatory pricing*.

Aktivitas *predatory pricing* atau jual rugi memiliki unsur utama yakni dengan menjual harga lebih murah dengan tujuan untuk mematikan kompetitor lainnya yang akibatnya dapat menimbulkan praktek monopoli yang dapat menghambat³ dalam perdagangan. Sehingga aktivitas jual rugi tidak hanya sebatas menjual barang dengan harga murah namun memiliki unsur-unsur yang dapat menghasilkan persaingan yang tidak sehat.

Persaingan Antar Pelaku Usaha di E-Commerce

Potensi terjadinya suatu persaingan antar pelaku usaha di *e-commerce* sangat sering terjadi baik secara nasional maupun internasional, dimana setiap pelaku usaha pasti akan selalu berusaha memberikan suatu penawaran yang terbaik bagi para konsumen. Maka dari itu persaingan antar pelaku usaha di *e-commerce* sering terjadi mulai dari perbedaan harga, kualitas produk, pelayanan konsumen, dan juga inovasi terbaik yang diberikan kepada konsumen. Persaingan ini juga semakin ketat sesuai dengan perkembangan teknologi dimana platform *e-commerce* juga semakin banyak yang menjadikan konsumen lebih mudah dalam membandingkan harga produk dari pelaku usaha yang berbeda-beda. Sehingga dalam hal tersebut *e-commerce* menjadi suatu platform usaha secara online yang menimbulkan persaingan usaha yang kompetitif dimana terdapat banyaknya penjual, pembeli, dan juga produk sama yang dijual.⁴ Dengan adanya faktor terjadinya persaingan usaha di *e-commerce* itu telah menimbulkan dampak yang salah satunya adalah dimana pelaku usaha di *e-commerce* akan bersaing meminimalkan harga produk yang dijualnya sehingga produk tersebut dapat lebih banyak terjual mengingat harganya yang lebih terjangkau.

Penyelenggaraan teknis *e-commerce* memang tidak terjadi kendala, namun tetap diperlukannya sistem hukum yang dapat mengatasi masalah yang timbul. Hukum persaingan usaha merupakan salah satu peraturan penting untuk memberikan pengaturan terkait ekonomi untuk mencegah terjadinya konflik antar pelaku usaha.⁵ Di Indonesia, peraturan mengenai *e-commerce* telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, peraturan tersebut tidak mengatur mengenai persaingan usaha, sehingga dibentuklah Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, belum terdapat pengaturan mengenai *e-commerce*. Dalam kegiatan usaha di *e-commerce* perlu dilakukannya suatu pengawasan untuk mengawasi para pelaku usaha agar tidak terjadi persaingan usaha yang tidak sehat. Maka dengan itu sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1 angka 18 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 bahwa

³Savier, A., Teddy Prima Anggriawan, D. S., & Mara Ditta Caesar Purwanto, A. S. (2023). Fenomena Predatory Pricing Dalam Persaingan Usaha Di E Commerce (Studi Kasus Antara Penetapan Tarif Bawah Antara Aplikasi Indrive Dan Gojek). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Juli, 9(14), 64–77

⁴ Melisa Setiawan Hotana (2018) Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, Vol. 1 No. 1

⁵ Rezmia Febrina (2022) Persaingan Usaha pada Era Digital Menurut Persepektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Karya Ilmiah Multidisiplin (JURKIM)*, Vol.2 No. 1

KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) merupakan badan yang akan menjadi pengawas kegiatan usaha.

Dalam Hukum Internasional, terdapat peraturan yang mengatur mengenai *e-commerce* adalah *UNCITRAL The Model Law on Electronic Commerce* yang disahkan oleh Majelis Umum PBB melalui Resolusi No.51/162 Tahun 1996.⁶ Peraturan tersebut memberikan perlindungan kepada para pihak yang melakukan kegiatan dalam lingkup *e-commerce*. *WTO (World Trade Organization)* juga memiliki pengaturan tentang *e-commerce* dimana mereka menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa perdagangan internasional.

Potensi Pelanggaran di E-Commerce dalam Perspektif Persaingan Usaha

Dampak yang baik dan bermanfaat juga diberikan *e-commerce* kepada pelanggan, tetapi di lain sisi anjloknya harga yang diberikan akan berpotensi untuk mengalami kerugian yang semakin lama akan besar. Potensi pelanggaran yang dapat dilihat dari kerugian dari *e-commerce* adalah adanya praktek monopoli usaha dan persaingan usaha yang tidak sehat. Persaingan usaha yang tidak sehat ini masuk ke dalam jual rugi barang, yang mulanya harga normal menjadi lebih rendah di pasaran. Pertama, kemampuan yang besar akan berdampak pada kekuatan yang lebih besar untuk terjadinya suatu monopoli digital yang akan menimbulkan kontrol tidak stabil terhadap pasar dan adanya *entry barrier*⁷ yakni rintangan yang sulit dimaksimalkan oleh perusahaan untuk memasuki pasar tertentu seperti pada biaya awal yang tinggi, regulasi, tantangan teknologi, paten dan loyalitas merek. Kedua, adalah terjadinya *predatory pricing*⁸ atau biasa disebut dengan praktek jual rugi dimana pelaku usaha menawarkan dagangan tersebut ke pasar dengan mematok harga yang lebih rendah dari perkiraan harga aslinya. Ketiga, adanya *lock-in* pada *e-commerce* memunculkan kebijakan yang relatif besar. Keempat, adanya standar ganda pada *e-commerce* berupa penyedia platform dan pengguna platform akan memicu integrasi vertikal yang akan memunculkan persengkongkolan dengan tujuan untuk melakukan tindakan tidak baik demi mendapatkan suatu keuntungan semata secara diam-diam.

Adapun regulasi yang dibuat pemerintah untuk menangani potensi pelanggaran lainnya terkait persaingan usaha di *e-commerce* terdapat dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 dimana disebutkan bahwa penegakan sulit dilakukan jika terdapat transaksi lintas negara karena tidak mengadopsi adanya hasil dari negosiasi diplomatik.⁹ Bahwa adanya potensi-potensi yang mengikat terkait dengan persaingan usaha, dasarnya sudah mengindikasikan bahwa seharusnya diperlukan peraturan khusus untuk memberikan arahan terkait hukum persaingan usaha di Indonesia pada *e-commerce*. Pada Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 dirasa belum cukup untuk memaksimalkan peraturan mengenai transaksi lintas negara secara elektronik atau *online*.

Kedudukan Pelaku usaha asing pada e-commerce

Pada dasarnya, *single economic entity doctrine* adalah suatu penyelesaian sengketa yang terjadi dalam persaingan usaha di suatu negara. Dalam penggunaannya menerapkan doktrin yang dilakukan oleh komisi KPPU bertugas sebagai pengawas pelaku usaha untuk menjalankan

⁶ Ni Putu Putri Wasundari, Edward Thomas Lamury Hadjon, PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN E-COMMERCE DAN EKSISTENSI ELECTRONIC SIGNATURE DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL, Program Kekhususan Hukum Internasional dan Bisnis Internasional Fakultas Hukum Universitas Udayana.

⁷ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2018, Meraup Pasar E-Commerce, Edisi 62, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta, hlm.26.

⁸ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2020, Menyoroti Industri Ekonomi Digital, Edisi 2, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta, hlm 29

⁹ Asti Rachma Amalya, 2020, Prinsip Ekstrateritorial Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha, Jurnal Ilmiah Mandala Education, Vol.6 No.1, DOI: <http://dx.doi.org/10.36312/jime.v6i1.1125>

kegiatan usaha yang benar agar tidak terjadi praktek monopoli, juga memperhatikan agar tidak ada persaingan dalam kegiatan usaha. maka dengan adanya istilah ini dapat diimplementasikan oleh pelaku usaha yang dibebankan pada sebuah tanggung jawab besar secara hukum pada perbuatan yang dilakukan oleh entitas atau pelaku usaha yang didalamnya terdapat struktur maupun kesatuan perusahaan. jika pelaku usaha yang beroperasi menjalankan suatu aktivitas bisnis diluar ketentuan yurisdiksi hukum indonesia maka berdasarkan prinsip diatas hukum yang diterapkan pada persaingan usaha indonesia akan bersifat ekstrajurisdiksi.¹⁰

Disebutkan dalam pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menjelaskan adanya ketentuan pelaku usaha. Untuk dapat dikategorikan sebagai seseorang yang menjalankan usaha maka adanya perbuatan yang harus dilaksanakan dan dipenuhi secara kumulatif. Maka penjabarannya mengenai satu persatu unsur tersebut yaitu terdapat dalam pasal 1 ayat (5)¹¹

1. Setiap orang

Dijelaskan dalam pasal 39 ayat 1 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 terhadap peraturan sebelumnya Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 yang berisikan mengenai jabatan notaris. dimana disebutkan bahwa setiap orang harus hadir dan menghadap sebagai tindakan untuk memenuhi syarat diantaranya: wajib berusia diatas 18 tahun atau sudah berstatus telah suami istri dan dikatakan cakap menurut hukum .

2. Badan Usaha

Sadono Sukirno menyebutkan bahwa badan usaha dibagi menjadi badan usaha perseorangan, perseorangan terbatas dan juga persekutuan. adapun jenis dari perusahaan dapat dibagi menjadi dua yaitu dari sisi jumlah kepemilikan dan juga status kepemilikan

3. Didirikan dan juga bertempat tinggal atau berlangsung dalam wilayah hukum negara indonesia

Kumulatif yaitu menyangkut dengan perseorangan atau badan usaha yang usahanya didirikan pada lingkup wilayah indonesia dan dapat melakukan kegiatan di negara indonesia. maka hal ini juga menegaskan adanya kualifikasi unsur yang masih fokus pada domestik atau teori wilayah indonesia.

4. Secara sendiri maupun Bersama-sama melalui suatu perjanjian

Adanya sebuah tindakan yang dilakukan individu atau bersama-sama dengan pelaku usaha lainnya. maka hal ini didasarkan pada perjanjian kerjasama atau perjanjian kontraktual bisnis maupun adanya ikatan dalam hubungan afiliasi oleh para pelaku usaha di lingkup ekonomi.

5. Melaksanakan berbagai kegiatan usaha dibidang ekonomi.

Unsur ini menyebutkan bahwa adanya keterkaitan oleh pelaku usaha dalam menjalankan suatu kegiatan usahanya di bidang ekonomi maka harus ada aktivitas dari pelaku ekonomi yang mencakup luas baik secara mikro dan makro. dalam praktiknya unsur tersebut dapat digunakan sebagai suatu parameter yang dapat dinilai dari kerugian dan dampak negatif dari sesuatu yang dihasilkan akibat perbuatan dari pelaku usaha.

Maka dalam Undang-Undang ini menegaskan adanya pelaku usaha yang dibatasi dengan “didirikan dan berkedudukan atau dapat melakukan suatu kegiatan hanya dalam wilayah hukum negara indonesia saja”. maka muncul adanya suatu pertanyaan mengenai kedudukan bagi para pelaku usaha impor yang kerap kali dikenal dengan usaha asing pada situs *e-commerce* Lazada. dalam situs *e-commerce* Lazada ini tidak adanya penjelasan secara rinci terhadap pelaku usaha atau terhadap aturan dalam persaingan usaha lain bagi pelaku usaha. maka dalam hal ini dijelaskan adanya 3 tingkatan penjualan yang akan menjajakan produknya

¹⁰ Verry Iskandar, “Akuisisi Saham oleh Perusahaan Terafiliasi dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha”, Jurnal Persaingan Usaha

¹¹ Syarah Meiriska Dewi and Siti Anisah, “Comparative Study Application Of Extraterritorial Jurisdiction In Competition Law Between Indonesia And Us Antitrust Law,” International Journal of Law, Environment, and Natural Resources 2, no. 1 (2022): 1–18.

pada situs *e-commerce* yaitu tingkat pertama *basic*, kedua *intermediate*, dan ketiga *advance*. dijelaskan dalam pasal 1 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mengenai perdagangan yang menggunakan situs elektronik atau disebut (PMSE). perdagangan yang menggunakan situs elektronik digunakan untuk melalui serangkaian perangkat dan juga serangkaian prosedur elektronik.

Maka dapat dimaksudkan ke dalam situs *e-commerce* dan juga dapat memakai PP karena telah melakukan serangkaian kegiatan yang berlatar belakang elektronik.¹² Dijelaskan dalam Pasal 26 (d) PP Nomor 80 Tahun 2019 dijelaskan adanya seorang pelaku usaha yang wajib mematuhi semua ketentuan yang ada dalam bidang persaingan usaha, karena diharapkan dapat mengambil sebuah kesimpulan mengenai kedudukan pelaku usaha dalam *e-commerce* yaitu dalam Undang-Undang tersebut yang bersifat ekstrasional sedangkan dalam isi pasal 7 mengatur penyedia *e-commerce* yang bersifat non-domestik, hal ini akan dianggap sebagai bentuk hadir secara fisik dalam menjalankan bisnisnya secara permanen pada negara Indonesia. maka jika sudah secara aktif mereka dapat segera menawarkan produk atau jasanya kepada konsumen di negara Indonesia dan dapat terpenuhinya kriteria tertentu yaitu dengan menerapkan syarat dan kewajiban dalam menunjuk perwakilan dari penduduk di wilayah hukum Indonesia, ia bertindak sebagai atau atas nama pelaku usaha asing, dalam peraturan ini usaha asing dapat dikenai dengan Undang-Undang anti Monopoli

Praktik Jual Rugi di Situs *E-commerce* menurut Undang-Undang yang Berlaku

Polemik mengenai jual rugi kerap menjadi keluhan dalam sektor perdagangan di masyarakat. Di Indonesia sendiri pasti jual rugi dibagi menjadi dua yakni *dumping* dan juga *predatory pricing*. Pada hakikatnya kedua tindakan tersebut memiliki makna yang hampir sama yakni terjadi terjadinya tindakan menjual suatu produk dengan harga yang lebih murah dengan tujuan untuk merusak harga di pasaran. Namun, yang membedakan ialah pada *dumping* sendiri dilakukan oleh pelaku usaha asing, berbeda dengan *predatory pricing* yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha asing maupun domestik.¹³

Menimbang dengan adanya hal tersebut regulasi internasional mengenai *dumping* yang telah diatur dalam GATT-WTO sedangkan pada *predatory pricing* tidak ada regulasi khusus dalam mata internasional pada keadaan tersebut.¹⁴ di Uni Eropa sendiri terkait *Predatory pricing* diatur dalam *Treaty on The Functioning of The European Union (TFEU)* Pasal 101-102. Jepang mengakomodir kebijakan mengenai *Predatory Pricing* dalam Undang-Undang Nomor 54 Tahun 1947 tentang Larangan Monopoli Swasta dan Pemeliharaan Perdagangan yang Adil (*Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade*) atau disebut sebagai *law concerning the pro-habitation of private monopoly and preservation of fair trade* (*Shiteki dokusen no kinshi oyobi kosei torihiki ni kansuru horitsu*) yang dibentuk oleh JFTC (Japan Fair Trade Commission).¹⁵

Aktivitas *predatory pricing* kerap terjadi pada pasar domestik di suatu negara, sehingga regulasi internasional yang berlaku pada tindakan tersebut dapat berupa dari adanya kesepakatan bilateral atau kerjasama antara dua negara. Namun, belum terdapat regulasi di dalam hukum internasional yang mengatur secara langsung dalam hal *predatory pricing*

¹² Pungki Febriana Dheyanoor, 2021, Kedudukan Hukum Pelaku Usaha Asing & Pasal Bersangkutan Dalam Digital Market Ditinjau Dari Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Jurnal Hukum Universitas Brawijaya

¹³ Febriana, L. K., Winarno, B., & Widhiyanti, H. N. (n.d.). *KONSEP ONE REGULATION AND ONE BODY DALAM PENGATURAN JUAL RUGI DI INDONESIA*. 1–22.

¹⁴ Ibid., hlm 10-11.

¹⁵ Taris, M. A., Purwana, V. C. P., & Ramdhani, N. M. (2024). Penguatan Standardisasi Produk Impor Pada E-commerce Di Indonesia Dalam Mengatasi Predatory Pricing (Studi Komparasi Kebijakan Anti-Monopoli Dengan Negara Jepang). *Forschungsforum Law Journal*, 1(03), 45-59.

tersebut. sehingga apabila terjadi praktik monopoli perdagangan di suatu negara hukum yang akan digunakan adalah hukum positif di negara tersebut sendiri dan apabila pelaku usaha tersebut berasal dari pelaku usaha asing maka segala bentuk regulasi yang diberikan berasal dari negara tempat benda dan jasa usaha tersebut berada.

Indonesia sendiri kerap terjadi praktek persaingan usaha tidak sehat e-commerce salah satunya adalah dugaan jual rugi atau biasa disebut *predatory pricing*. Praktek jual rugi ini terjadi karena tidak adanya peraturan terkait harga atas barang ataupun jasa yang dijual dalam *platform e-commerce*. Praktek jual rugi ini terjadi karena adanya pelaku usaha yang menguasai suatu *platform e-commerce* dengan melakukan monopoli harga yang sangat rendah sehingga menimbulkan suatu kerugian secara komersial dalam jangka waktu tertentu. Pelaku usaha yang menetapkan harga rendah ini hanya untuk mendapat keuntungan jangka pendek ini termasuk dalam kategori sebagai tindakan yang melanggar hukum persaingan usaha.¹⁶ *Predatory pricing* yang dikategorikan sebagai persaingan usaha ini telah diatur sebagaimana mestinya dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 yang menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan praktek jual rugi dengan maksud untuk mematikan harga pelaku usaha lainnya di *platform e-commerce* sehingga menjadikan terjadinya praktek monopoli maupun persaingan usaha yang tidak sehat. Dalam Pasal 26 huruf d Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik bahwa pelaku usaha harus mematuhi seluruh ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha. Meski regulasi sudah tersedia, tantangan utama dalam penerapan aturan ini adalah sifat lintas negara dari banyak transaksi di *e-commerce*. Pelaku usaha asing yang tidak memiliki kehadiran fisik di Indonesia sering kali memanfaatkan celah ini untuk menghindari pengawasan hukum. Dalam hal ini, KPPU memainkan peran penting dalam mengawasi dan menindak pelanggaran *predatory pricing*, termasuk dengan mendorong implementasi prinsip ekstrateritorial untuk mengatasi pelanggaran lintas negara.

Perlindungan hukum dan penyelesaian sengketa pada Lazada

Sehubungan dengan adanya pelanggaran dalam *e-commerce* maka pemerintah memiliki Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. Dalam pasal 1 ayat (1) memuat istilah perlindungan untuk hak konsumen yaitu: adanya kepastian hukum baik dalam tujuannya untuk melindungi konsumen karena undang-undang ini sebagai sebuah pedoman untuk menciptakan adanya perlindungan konsumen dan dibarengi dengan kepastian hukum dalam keterbukaan informasi. substansi dalam hal ini juga diatur dalam peraturan yang secara tidak langsung memiliki tujuan untuk dapat melindungi semua pihak dalam perdagangan elektronik, sehingga konsumen dalam hal ini dapat melakukan adanya perlindungan perdagangan elektronik dengan aman. undang-undang perlindungan konsumen juga memberikan sebuah kesempatan pada konsumen jika ia merasa haknya dilanggar, dan jika terjadi perselisihan antara konsumen dengan pedagang. ketentuan dalam pasal 4 undang-undang tentang perlindungan konsumen nomor 8 tahun 1999 menyebutkan bahwa konsumen berhak untuk melakukan pencegahan dengan menasehati, melindungi serta adanya tindakan mengupayakan untuk dapat menyelesaikan sengketa konsumen tersebut dengan baik. konsumen *e-commerce* berhak untuk mengusahakan dan berhak dalam menghapus kerugian yang diakibatkan oleh pelaku *e-commerce* sendiri.

Dalam hal ini terdapat juga perlindungan untuk pengguna *e-commerce* dalam lingkup internasional, bentuk dari perlindungan tersebut ada dalam isi peraturan perjanjian internasional antara lain:

¹⁶ Akhmad Farhan Nazhari, Naufal Irkham (2023) Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri E-Commerce, JURNAL PERSAINGAN USAHA, Vol. 3 No. 1

1. Istilah konvensi perserikatan bangsa-bangsa menjelaskan mengenai kontrak internasional untuk melakukan penjualan sebuah barang. Konvensi ini merupakan bentuk dari adanya perjanjian internasional dengan tujuan untuk lebih mengatur dengan baik mengenai dagang internasional dengan menyediakan bentuk jaminan barang, hak yang didapat konsumen jika barang yang diterima tidak sesuai. Konvensi tersebut diterapkan sebagai ratifikasi oleh 90 negara berkembang dunia. Konvensi ini juga menyediakan sebuah standar mengenai perdagangan internasional termasuk mengatur pembayarannya juga dan pengiriman barang tersebut. Tujuannya untuk memudahkan serta meningkatkan sebuah kepastian hukum yang baik.
2. *Agreement on Technical Barriers to Trade (TBT Agreement)*
TBT Agreement ini merupakan perjanjian yang berisi perjanjian perjanjian *World Trade Organization (WTO)*, perjanjian tersebut memiliki tujuan yang mengatur mengenai suatu standar mengenai teknis juga evaluasi antara persamaan dan kegiatan yang mempengaruhi dalam perdagangan internasional ini. Adanya prinsip transparansi dan juga prinsip perlakuan nasional juga menunjang tujuan dari perjanjian tersebut. Perjanjian ini memberikan kesempatan bagi negara lain dalam hal berkomentar atau menyuarakan pendapatnya dan memberi kesempatan untuk dapat mempromosikan dagangannya dengan bebas juga adil agar tidak mengorbankan keselamatan lingkungan.
3. *European union consumer protection cooperation regulation*
Peraturan tersebut ditetapkan oleh uni eropa,¹⁷ karena peraturan ini dapat memungkinkan adanya otoritas nasional untuk dapat melakukan sebuah investigasi dengan melakukan perbuatan hukum guna memperoleh sebuah sanksi konsumen pada lintas negara. Peraturan tersebut nantinya akan memberikan dampak baik dalam Upaya perlindungan yang lebih kompleks. Jika pembeli dan penjual berada pada negara berbeda maka mereka juga harus berpedoman pada negara masing masing dan mengadopsi hukum dagang yang berbeda pula. Tujuannya tidak lebih hanya untuk memperkuat perlindungan konsumen dengan melakukan kegiatan perdagangan secara elektronik.

Selain perlindungan juga terdapat penyelesaian apabila timbul perselisihan yang menyangkut transaksi *e-commerce*, penyelesaian ini dapat menerapkan asas-asas hukum perdata internasional, dan melakukan mekanisme ganti rugi lintas negara dalam penyelesaian sengketa transaksi *e-commerce*. Menurut pasal 19 ayat (1) dan (3) UUPK menyebutkan bahwa kerugian yang diterima konsumen dapat menuntut hak-nya secara langsung dan meminta kerugian atas hak yang dilanggar kepada produsen. dalam hal ini harus memberikan ganti kerugian juga memberi tanggapan untuk penyelesaian dalam waktu 7 hari setelah transaksi tersebut berlangsung biasanya adanya jaminan dalam hal ini yaitu jaminan berupa ganti rugi Ketika barang terlambat atau tidak sesuai pesanan. Ini disebut sebagai ganti rugi sukarela yang dijanjikan Ketika barang tidak sesuai. Selanjutnya dengan melalui non litigasi berdasarkan pasal 67, 68, dan 69 UU nomor 30 tahun 1999 menyebutkan mengenai adanya kedua belah pihak menentukan ganti rugi dalam kesepakatan atau perjanjian yang dijanjikan sebagai pengikat undang-undang bagi yang membuat maupun dalam penerapannya. Maka pada tahap litigasi tidak bisa dieksekusi di negara Indonesia. Adanya upaya preventif yang memiliki arti untuk berhati-hati dalam melakukan transaksi untuk mencegah terjadinya hal tidak diinginkan dan upaya represif seperti konsultasi, negosiasi mediasi, konsiliasi, dan arbitrase juga membantu dalam proses penyelesaian sengketa tersebut.

¹⁷ “Naskah Akademik Ratifikasi Konvensi PBB Mengenai Kontrak Jual Beli Barang Internasional.”

KESIMPULAN

Persaingan usaha di *e-commerce* semakin ketat, baik di tingkat nasional maupun internasional, dengan setiap pelaku usaha berupaya menawarkan harga terbaik, kualitas produk unggul, dan inovasi layanan yang menarik bagi konsumen. Praktik jual rugi atau *predatory pricing* menjadi salah satu strategi yang kerap digunakan oleh pelaku usaha. Praktek ini bertujuan menciptakan dominasi pasar dengan cara mengeliminasi pesaing melalui persaingan harga yang tidak sehat. Pada Negara Indonesia, tindakan semacam ini telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, khususnya Pasal 20 yang melarang pelaku usaha memasarkan barang atau jasa dengan harga yang sangat rendah untuk menyingkirkan pesaing. Meski begitu, peraturan yang ada masih menghadapi tantangan, terutama dalam pengawasan pelaku usaha lintas negara yang beroperasi di platform *e-commerce*. Peraturan seperti PP No. 80 Tahun 2019 dan pedoman dari KPPU memberikan arah yang lebih jelas, namun implementasi dan penerapan prinsip ekstrateritorial perlu diperkuat. Langkah preventif dan represif, seperti mediasi, arbitrase, dan konsultasi, menjadi penting untuk mengatasi potensi konflik dalam perdagangan digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Farhan Nazhari, Naufal Irkham (2023) Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri E-Commerce, *JURNAL PERSAINGAN USAHA*, Vol. 3 No. 1
- Amalya, Asti Rachma, 2020, Prinsip Ekstrateritorial Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, Vol.6 No.1, DOI: <http://dx.doi.org/10.36312/jime.v6i1.1125>
- Andriani Naftali, S., Widhiana Suarda, I. G., & Anggraini, R. A. R. (2024). Konsekuensi Pengembalian Kerugian Keuangan Negara Melalui Pengenaan Ganti Kerugian Negara Terhadap Kepala Desa Dalam Tindak Pidana Korupsi. *JURNAL RECHTENS*, 13(1), 59–80. <https://doi.org/10.56013/rechtens.v13i1.2659>
- Alfath, M., Puruhito, S., & Anisah, S. (2024). The Negative Impact of Predatory Pricing Practice to Fair Competition (The Study of KPPU Decision Number 03/KPPU-L/2020). *Journal of Private and Commercial Law*, 1, 66–88.
- Dewi, Mastriati Hini Hermala, 2019, Analisa Dampak Globalisasi Terhadap Perdagangan Internasional, *Jurnal Ekonomia*, Vol. 9 No.1.
- Febriana, L. K., Winarno, B., & Widhiyanti, H. N. (n.d.). *KONSEP ONE REGULATION AND ONE BODY DALAM PENGATURAN JUAL RUGI DI INDONESIA*. 1–22.
- Febrina, R. (2017). Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha. *Jurnal SELAT*, 4(2), 234–249. <http://ojs.umrah.ac.id/index.php/selat>
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2009, *Pedoman pelaksanaan Pasal 20 tentang jual rugi (Predatory Pricing)*, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta.
- , 2018, *Meraup Pasar E-Commerce*, Edisi 62, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta.
- , 2020, *Menyoroti Industri Ekonomi Digital*, Edisi 2, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta.
- , 2020, *Kompetisi dan Pemulihan Ekonomi*, Edisi 2, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta.
- Taris, M. A., Purwana, V. C. P., & Ramdhani, N. M. (2024). Penguatan Standardisasi Produk Impor Pada E-commerce Di Indonesia Dalam Mengatasi Predatory Pricing (Studi Komparasi Kebijakan Anti-Monopoli Dengan Negara Jepang). *Forschungsforum Law Journal*, 1(03), 45-59.

- Melisa Setiawan Hotana (2018) Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, Vol. 1 No. 1.1
- Ni Putu Putri Wasundari, Edward Thomas Lamury Hadjon, PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN E-COMMERCE DAN EKSISTENSI ELECTRONIC SIGNATURE DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL, Program Kekhususan Hukum Internasional dan Bisnis Internasional Fakultas Hukum Universitas Udayana.
- Rezmia Febrina (2022) Persaingan Usaha pada Era Digital Menurut Persepektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Karya Ilmiah Multidisiplin (JURKIM)*, Vol.2 No. 1
- Saviez, A., Teddy Prima Anggriawan, D. S., & Mara Ditta Caesar Purwanto, A. S. (2023). Fenomena Predatory Pricing Dalam Persaingan Usaha Di E Commerce (Studi Kasus Antara Penetapan Tarif Bawah Antara Aplikasi Indrive Dan Gojek). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Juli*, 9(14), 64–77. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8170324>
- Suci Rahayu, A., & Suherman, S. (2022). ANALISIS DUGAAN PRAKTEK JUAL RUGI PRODUK IMPOR MELALUI SITUS E-COMMERCE SHOPEE. *UNES Law Review*, 4(4), 430–448. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v4i4.264>