

Predatory Pricing* Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Penjualan *Shopee Live

Ajeng Tri Normalita Putri¹, Eddhie Praptono², Soesi Idayanti³

^{1,2,3}Universitas Pancasakti Tegal
Email: ajengtrinormalita@gmail.com

Abstrak

Predatory pricing adalah kegiatan pelaku usaha dalam memberikan harga jual rendah dengan maksud menyingkirkan pesaing keluar pasar. Praktik ini banyak dilakukan pelaku usaha dalam platform E-Commerce seperti shopee. Harga produk yang diberikan shopee sangat rendah dan berada di bawah harga pasaran, sehingga berakibat mematikan pelaku usaha konvensional. Shopee melakukan kegiatan predatory pricing melalui fitur inovasi yang dianggap mendukung pelaku usaha berbuat licik. Penelitian ini bertujuan : 1) mengkaji pengaturan terhadap predatory pricing sebagai praktik persaingan usaha tidak sehat dalam penjualan shopee live; 2) mengkaji akibat hukum terhadap predatory pricing sebagai praktik persaingan usaha tidak sehat dalam penjualan shopee live. Jenis penelitian adalah kepustakaan, pendekatan yang digunakan hukum normatif, teknik pengumpulan datanya melalui literatur kepustakaan dan dianalisis dengan data kuantitatif. Hasil penelitian ini terkait dengan UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang mengatur ketentuan predatory pricing dan larangan melakukan perjanjian penetapan harga di bawah pasar. Dan dibuat mengacu pada Pasal 33 UUD 1945 mengenai perekonomian nasional. Sanksi bagi pelaku predatory pricing terdapat dalam pasal 47, pasal 48, dan Pasal 49. Akibat hukum dari predatory pricing sebagai praktik persaingan usaha tidak sehat dalam penjualan shopee live yakni terjadi perubahan iklim pasar, batasan akses pasar, terganggunya UMKM, dan matinya pesaing serta pasar. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan informasi dan masukan bagi mahasiswa, akademisi, dan semua pihak yang membutuhkan di lingkungan Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal.

Kata Kunci : *Predatory Pricing, Persaingan Usaha, Shopee Live*

Abstract

Predatory pricing is the activity of business actors in providing low selling prices with the intention of driving competitors out of the market. This practice is widely carried out by business actors in E-Commerce platforms such as shopee. The price of products provided by shopee is very low and below the market price, which results in the death of conventional business actors. Shopee conducts predatory pricing activities through innovative features that are considered to support business

actors to act deceitfully. This research aims to: 1) to examine the regulation of predatory pricing as an unfair business competition practice in shopee live sales; 2) to examine the legal consequences of predatory pricing as an unfair business competition practice in shopee live sales. The type of research is literature, the approach used is normative law, the data collection technique is through literature and analyzed with quantitative data. The results of this research are related to Law No. 5 Year 1999 on the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition which regulates the provisions of predatory pricing and the prohibition of conducting below-market pricing agreements. And it is made in reference to Article 33 of the 1945 Constitution regarding the national economy. The legal consequences of predatory pricing as an unfair business competition practice in shopee live sales are changes in market climate, restrictions on market access, disruption of MSMEs, and the death of competitors and markets. Based on the results of this research, it is hoped that it will become information and input for students, academics, and all parties in need within the Faculty of Law, Pancasakti University Tegal.

Keywords: *Predatory Pricing, Business Competition, Shopee Live*

Pendahuluan

Perkembangan pada era digital telah mempengaruhi perubahan terhadap kegiatan perdagangan. Kegiatan perdagangan beralih menggunakan teknologi dengan melalui internet karena akses mudah yang diberikan oleh jaringan internet dan dibutuhkan teknologi dalam mengelola kegiatan perniagaan lewat platform elektronik yang mana selanjutnya dijuluki *E-Commerce*. Sebelumnya perniagaan dijalankan secara konvensional atau pelaku usaha bertemu langsung dengan konsumen sebelum terjadi transaksi dalam sebuah tempat perdagangan (Aravik, et.al, 2021). *E-Commerce* merupakan salah satu dari sekian banyak wujud aktivitas transaksi di dunia perniagaan maupun perdagangan yang mana hal tersebut dikarenakan dampak globalisasi serta dijadikan konsepsi konvensional maupun sistem *face to face* customer dengan pemilik usaha dalam kegiatan transaksinya berkembang menjadi konsep telemarketing yang berbasis pemasaran online (Kadek, 2022). *E-Commerce* meliputi aktivitas bertukar berita informasi, asistensi pelayanan, produk maupun barang hingga transaksi lewat teknologi yang mana secara generalis bisa melayani customer sebagaimana perundangannya dalam UU No.19/2016.

Terdapat banyak *E-Commerce* yang berkembang saat ini seperti shopee, lazada, tokopedia, bukalapak, blibli.com, olx.com, dan platform resmi lainnya, sehingga mempermudah terpenuhinya keinginan dan kebutuhan konsumen. Platform yang mana kini tengah *booming* atau viral yakni platform shopee, yang merupakan perusahaan dengan wujud kelembagaan badan usaha PT sebagaimana ada di UU No.40/2007. Shopee memiliki keterkaitan dengan hukum bisnis karena mencakup perjanjian kontrak antar

pelaku usaha dengan konsumen. Shopee merupakan sebuah platform marketplace online dengan bentuk aplikasi mobile, yang mulai beroperasi di Indonesia pada akhir Juni 2015, setelah bergabung dengan pasar Indonesia pada akhir Mei (Ramlan, 2019). Shopee memiliki banyak strategi yang telah diimplementasikan seperti pemberian diskon besar – besaran pada event yang diadakan sehingga shopee mencapai puncak kepopuleran sekarang ini. Berbagai kalangan dapat menggunakan shopee karena kemudahan akses yang diberikan, shopee juga sering memperkenalkan fitur dengan inovasi baru yang menguntungkan seperti shopee live.

Penjualan pada shopee live dapat menjadikan pelaku usaha dengan konsumen saling berinteraksi langsung tanpa bertemu. Harga yang ditawarkan pada penjualan di fitur shopee live relatif rendah karena adanya diskon produk, gratis ongkos pengiriman sampai flash sale di dalamnya. Perpaduan pemberian diskon produk, gratis ongkos pengiriman hingga terdapat fitur flash sale pada shopee live merupakan strategi yang dilakukan oleh shopee dengan tujuan agar algoritma penjualan produk pada platform shopee terus meningkat. Strategi seperti itu, menjadikan pelaku usaha semakin gencar dalam memberikan harga yang rendah pada produknya. Shopee juga menggaet para artis dan influencer untuk berkolaborasi dalam memasarkan produk impor hasil dari hubungan kerja pihak shopee dengan pelaku usaha impor sampai dengan merek terkenal. Hal tersebut berdampak pada harga penawaran dalam shopee live yang semakin rendah dari harga dipasaran. Sehingga adanya kemudahan produk impor masuk ke dalam pasar Indonesia khususnya dalam platform shopee, yang berimbas pada pelaku usaha lokal.

Kegiatan yang dilakukan pihak shopee terutama pada penjualan shopee livenya, diindikasikan melakukan praktik *predatory pricing* yang mana bisa memunculkan daya saing tak sehat diantara pelaku usaha. Kegiatan *predatory pricing* atau dalam bahasa hukum adalah jual rugi ialah sebuah kegiatan yang dijalankan subjek usaha dalam memberikan harga jual produk yang rendah sehingga pesaing – pesaingnya tidak mampu

menyainginya dan kemudian terpaksa keluar dari pasar (Ramadhani, 2023). Sedangkan daya saing usaha tak sehat adalah kecurangan, ketidakjujuran serta liciknya subjek usaha dalam persaingan yang mana terjadi pada jalannya kegiatan produksi dan pemasaran produk, sehingga dapat dikatakan melawan hukum. Kegiatan *predatory pricing* adalah bagian dari praktik persaingan usaha tak sehat sebagaimana termaktub di pasal 20 UU No. 5/1999 terkait larangan praktik monopoli serta persaingan usaha tak sehat. Dapat dikatakan bahwa platform shopee di indikasi melakukan praktik persaingan usaha tak sehat dengan cara pelaksanaan tindakan jual rugi (*predatory pricing*) pada penjualan shopee live yang mana dijalankan subjek usaha dan bahkan pihak platform shopee itu sendiri, karena penjualannya menetapkan harga produk yang rendah jauh di bawah harga pasar dan modal. Dan terdapat pemasokan produk impor pada platform shopee akan menyebabkan matinya dan tersingkirnya pelaku usaha lain (khususnya lokal) yang telah menetapkan harga sesuai dengan pasaran dan modal.

Dari uraian diatas berdasar dengan isu hukum yang terjadi, sehingga penulis melaksanakan penelitian berikut dengan rumusan masalah, yakni:

1. Bagaimana pengaturan terhadap *predatory pricing* sebagai praktik persaingan usaha tidak sehat dalam penjualan shopee live?
2. Apa akibat hukum terhadap *predatory pricing* sebagai praktik persaingan usaha tidak sehat dalam penjualan shopee live?

Metode Penelitian

Penelitian terkait "*Predatory pricing* sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Penjualan Shopee Live" menggunakan jenis penelitian melalui studi kepustakaan atau *library research* dengan sumber dapat yang diperoleh dari jurnal, buku maupun literatur yang didapat di luar perpustakaan melalui pencarian secara online. Dengan pendekatan penelitian hukum normatif yang membuktikan hipotesa penelitiannya beraskan norma positif, doktrin maupun ajaran hukum, pencapaian penelitian akademik serta seluruh sumber basis dokumen fisik (Bahtiar, 2021, Hamzani, 2020). Dan data penelitian melalui bahan hukum primer mencakup Perundang – Undangan yang digunakan, bahan hukum sekunder yakni publikasi hukum yang bukan dokumen resmi (Pangabean, 2023), dan pada penelitian berikut hukum tersier yakni KBBI, amus hukum

serta situs online. Penelitian berikut memanfaatkan teknik pengumpulan data lewat literatur kepustakaan serta teknik analisis data yakni analisis data kualitatif.

Hasil Dan Pembahasan

1. Pengaturan Terhadap *Predatory pricing* Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Penjualan Shopee Live

Penjualan merupakan suatu kegiatan agar bisnis berkembang dan bertahan yang dilakukan oleh perusahaan berikut dimaksudkan guna mendapatkan laba sesuai penafsiran yang mana sebelumnya telah dijalankan pelaku bisnis, sehingga kegiatannya berkaitan dengan hukum bisnis. Hukum bisnis adalah aturan hukum mengenai prosedur berwujud tulisan fisik maupun tak tertulis yang mana mengatur perihal hak serta kewajiban kegiatan perniagaan, bisnis hingga finansial. Penjualan dalam platform shopee adalah perdagangan melalui elektronik. *E-Commerce* sama halnya dengan kegiatan jual beli sehingga berisikan suatu perjanjian dan pengaturannya terdapat dalam pasal 1320 KUHPerdara, yang dijadikan sebagai acuan legalitasnya sebuah perjanjian. Shopee pada awalnya platform *E-Commerce* dengan jenis transaksi yang menggunakan Consumer to Consumer (C2C). Kemudian, shopee juga kini menggunakan jenis transaksi *E-Commerce* melalui Business to Consumer (B2C), karena adanya kolaborasi dan hubungan bisnis yang terjalin antara pihak platform shopee dengan perusahaan merek ternama atau pelaku usaha impor yang nantinya produk tersebut dikelola oleh perusahaan shopee pada platformnya dengan melalui fitur yang dinamakan Shopee Mall. Sehingga, produk milik perusahaan yang bekerja sama dengan shopee tersebut diperjual belikan dengan berlabelkan shopee mall. Pada penjualannya, shopee dianggap telah memulai praktik saing usaha tak sehat melalui pelaksanaan tindakan *predatory pricing* terutama pada penjualan livenya.

Penerapan terhadap berlakunya harga pada gejala daya saing usaha tak sehat bisa

diamati muasal banyaknya aktivitas perniagaan, dengan persaingan usaha tak sehat menimbulkan marnya pelaku usaha gulung tikar serta bisa menimbulkan matinya market sehingga berdampak kerugian. Merujuk pasal 33 UUD 1945 perihal ekonomi nasional, terciptalah UU No. 5/1999 perihal pelarangan praktik monopoli serta persaingan usaha. Ini dimaksudkan guna mengatur aktivitas yang dilarang yakni aktivitas *predatory pricing*. Adapaun tujuan dibentuknya UU No. 5/1999 terait larangan praktek monopoli serta persaingan usaha tak sehat ada di Pasal 3, yangmana berisi:

1. Memelihara kepentingan umum serta peningkatan aspek efisiensi perekonomian nasional menjadi upaya guna peningkatan kesejahteraan rakyat.
2. Menciptakan vibes usa asecara kondusif lewat pengaturan daya saing usaha sehat maka dijamin terdapat peluang berusaha antara pelaku usaha besar hingga pelaku usaha kecil.
3. Pencegahan praktik monopoli serta daya saing tak sehat yangmana dikarenakan pelaku usaha.
4. Munculnya aspek efektivitas serta efisiensi pada aktivitas usaha.

Dengan praktik persaingan usaha tidak sehat, dapat menjadikan posisi dominan dan penguasaan pasar bagi pelaku usaha yang menjalankan tindakan curang. *Predatory pricing* pada kurun masa pendek dapat menguntungkan pihak konsumen dikarenakan konsumen dapat memperoleh harga produk dan/atau jasa yang rendah, tetapi jika keseluruhan pesaingnya tak bisa menjalankan tindakan usaha, maka subjek usaha yang meyoritas menguasai pasar tentu menaikkan harga jual produknya supaya tak rugi, yangmana timbul tatkala penentuan harga jual merosot (Putu. 2021). Undang – Undang No. 5/1999 terkait larangan praktek monopoli serta persaingan usaha tak sehat, disebut menjadi sebuah *power of economic regulation* atau sebuah kekuasaan pemerintah guna pengelolaan market yangmana beranggotakan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menjadi sebuah instansi berwenang guna mengimplementasikan verifikasi akan kegiatan pelaku usaha di Indonesia (Alfaro, 2022).

Diatur dalam pasal 7 serta pasal 20 UU No. 5/1999, perihal ketentuan terlarang kegiatan *predatory pricing* yang dapat menimbulkan daya saing usaha tak sehat. Ketidaksamaan akan ketetapan Pasal 7 serta Pasal 20 yakni dalam Pasal 7 memuat unsur yang mengindikasikan munculnya perjanjian antar subjek usaha pesaingnya perihal penentuan harga standarisasi pasar, pun di Pasal 20 tak memuat unsur atau menyebutkan

klasifikasi perjanjian. Kedua Pasal tersebut dibentuk berdasarkan pendekatan *rule of reason* pada kegiatan *predatory pricing*, dengan maksud untuk pendekatan yang didayagunakan institusi otoritas persaingan usaha maupun KPPU perihal pengevaluasian penyebab munculnya perjanjian maupun aktivitas usaha, guna menetapkan sebuah perjanjian masuk kedalam kategori penghambat atau pendukung dalam suatu persaingan usaha. Menurut KPPU pada penerapannya kedua pasal tersebut memiliki perbedaan, tergantung pada fakta yang terdapat di dalam kasus.

Kegiatan *predatory pricing* juga berkaitan dengan pasal 19 terkait eksploitasi pasar serta pasal 25 terkait jabatan mayoritas atau dominan, disebabkan keseluruhannya bertjua guna menyingkirkan maupun menghentikan usaha pesaingnya. Pasal 19 melarang subjek usaha melakukan penguasaan market, karena dengan kemampuan penguasaan pasar yang dimiliki pada pasar yang bersangkutan, dapat dicurigai sebagai praktik persaingan usaha tak sehat. Sedangkan pasal 25 melarang adanya penyelewengan jabatan dominan yang dapat diindikasikan aktivitas *predatory pricing* dan bisa menimbulkan adanya daya saing usaha tak sehat. Dikatakan mempunyai posisi dominan manakala seorang subjek usaha bisa menguasai 50% dari bagian pasar, maupun lebih dari satu subjek usaha menguasai 75% bagian pasar yang bersangkutan. Kegiatan *predatory pricing* sering dilakukan oleh perusahaan besar yang mendominasi pasar guna mengusir pesaing dengan menggunakan strategi memberikan potongan harga atau diskon terhadap produk. Banyak perusahaan pada platform *E-Commerce* memberi harga serendah mungkin pada produk yang di perdagangkan, sehingga produknya memiliki harga kurang dari standarisasi harga pasar serta tak bisa diraih pelaku usaha mikro, kecil juga menengah UMKM. Shopee dengan fitur – fiturnya terindikasi melakukan pelanggaran pasal 20, karena melakukan penjualan dengan harga yang tidak sesuai pada ketentuan Undang – Undang. Penawaran yang dilakukan pada shopee live dianggap menguntungkan para konsumennya, namun tidak akan subjek usaha lainnya yangmana bukan subjek usaha

dominan dan berbeda algoritma yang diberikan pihak shopee.

Pasar *E-Commerce* didominasi oleh banyak perusahaan besar yang menghasilkan harga predator sehingga adanya penetapan harga yang dijadikan penentu oleh subjek usaha lainnya (Savier, 2023). Ini termaktub pada pasal 20 UU No. 5/1999, bahwa dalam tiap industrialisasi terdapat subjek usaha yangmana mendominasi serta tersaing, sehingga subjek usaha atau dominan firm pasti mempunyai bagian mayoritas pasar dan bisa berdampak akan harga pasar sebab memaksimalkan produksinya, juga cenderung dijadikan penetapan harga (*price setter*) bukan menjadi pengikut harga (*price taker*) sebab subjek usaha dominan akan mempunyai power lebih akan pasar (*market power*). Sebaliknya pelaku usaha yangmana menjadi pesaing atau dapat dikatakan lebih kecil tidak memiliki peranan yang cukup dan hanya bisa menjadi sebagai pengikut harga. Penawaran shopee live seringkali memberi harga dibawah biaya produksi dan penggunaan aplikasi shopee meningkat menjadikan perusahaan shopee semakin memperoleh keuntungan. Indikasi adanya kegiatan *predatory pricing* pada penjualan shopee live diperkuat dugaannya karena pihak perusahaan shopee ikut serta membantu dan mensubsidi para pelaku usahanya agar dapat mempertahankan perusahaannya di tingkat kepopuleran serta persaingan antar *E-Commerce* lainnya.

Predatory pricing berdampak bagi kesejahteraan masyarakat dan menyebabkan kerugian bagi usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) sebab daya saing yang rendah. Tidak diperbolehkannya melakukan penuduhan terlebih dahulu terhadap pelaku usaha yang baru saja diduga dan di indikasi melakukan kegiatan *predatory pricing*, sehingga menyebabkan adanya praktik saing usaha tak sehat sesuai ketentuan ketentuan pasal 20. Sebelum melakukan penuduhan atas tindakan pelaku usaha yang belum tentu benar melakukannya, maka perlu dilakukannya dua tahapan analisa yang berelevansi akan penetapan harga yangmana tak sesuai bagi subjek usaha *predatory pricing* tersebut, diantaranya : menganalisis unsur pasar serta meyakinkan bahwasanya skala harga yang ditetapkan tak logis, melalui pengevaluasian rasio antara harga yang ditentukan subjek usaha *predatory pricing* akan beban produksi. Adapun kesamaan pengaturan yangmana telah ada pembaharuannya yang termaktub di Peraturan Menteri Perdagangan No. 31/2023 terkait izin usaha, promosi, pembinaan serta monitoring subjek usaha perihal perniagaan melalui platform elektronik ialah ekspansi akan pengaturan relevansi perdagangan digital sesuai ketetapan *predatory pricing* dari mulai pelarangan sampai

dengan sanksi yang diberikan, namun lebih spesifik pada perdagangan melalui sistem elektronik.

Tugas serta wewenang KPPU ada pada pasal 35 serta 36 UU No. 5/1999, agar secara sah menurut hukum dapat melakukan pengawasan dan pembuktian mengenai permasalahan yang timbul pada persaingan usaha. Dan adanya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31/2023, merupakan landasan kuat dan sah secara hukum atas tugas dan wewenang KPPU dalam perdagangan melalui sistem elektronik.

2. Akibat Hukum Terhadap *Predatory pricing* Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Penjualan Shopee Live

Hadirnya *E-Commerce* dinilai oleh pelaku UMKM sebagai salah satu permasalahan yang dapat menimbulkan matinya usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) lokal yang mana bersifat ritel, karena produk dalam platform shopee saat ini didominasi oleh produk impor perusahaan besar yang dapat menguasai pasar yang bersangkutan (Sulatri, et.al, 2023). Pelanggaran pasal 19 mengenai penguasaan pasar dan pasal 25 mengenai penyelewengan jabatan dominan pada UU No.5/1999, akan dapat merusak pasar karena banyak pelaku usaha kecil tersingkir karena tidak memiliki *market power*. Dengan tersingkirnya pelaku usaha pesaing, maka pelaku usaha dominan dapat menguasai pasar mereka dan dapat berbuat semaunya nantinya yang menjadikan sebuah kerugian bagi banyak pihak seperti konsumen yang awalnya diuntungkan oleh pelaku usaha predator karena produk – produk yang ditawarkan memiliki harga lebih murah jika dikompersasi harga pasar. penyelewengan posisi dominan bisa membuat rugi customer ialah berwujud subjek usaha bisa menghimpun data customernya dengan kapasitas maksimal yakni dinamakan *big data*. Dan pelaku usaha dominan dapat berkuasa semena – mena dalam mengakses data para konsumennya (Abdurrachman, et.al, 2021)

Sebagaimana ketentuan terkait perlindungan data pribadi ada di UU No. 27/2022..

Pada pasal 5 dijelaskan bahwa data pribadi konsumen digunakan harus di proses sesuai dengan maksud dan tujuannya, sehinggakan tidak diperbolehkan untuk memanfaatkan demi kepentingan bisnis. Pasal 20 mengenai kewajiban pengendalian data pribadi harus dipatuhi ketentuannya oleh pelaku usaha dominan. Pelanggaran dalam ketentuan perlindungan data pribadi pada penyalahgunaan data pribadi konsumen karena posisi dominan pelaku usaha, dapat dikenakan sanksi sebagaimana pasal 57 ialah sanksi administratif yakni peringatan fisik maupun tertulis, skors, penghapusan data hingga denda. Adapun larangan pada pasal 65 mengenai tidak diperbolehkan secara legal menghimpun data pribadi milik orang lain dimaksudkan memberi keuntungan dirinya, dapat berakibat sebuah kerugian bagi subjek data pribadi dan tidak diperbolehkan secara hukum mengungkapkan dan menggunakan data pribadi orang lain. Pada pasal 66 juga tidak diperbolehkan secara hukum melakukan pemalsuan data pribadi yang dapat berpengaruh buruk bagi orang lain. Ketentuan sanksi pelanggaran pasal 65 dan pasal 66, terdapat pada pasal 67 yang berupa sanksi penjara maksimal 6 tahun hingga denda maksimal 6 milyar.

Ada 3 (tiga) tahapan pembuktiaan atas penyalahgunaan posisi dominan oleh komisi pengawas persaingan usaha, antara lain : pengertian pasar bersangkutan, validasi adanya posisi dominan di pasar bersangkutan, validasi atas prediksi subjek usaha akan implementasi penyelewengan posisi dominan, harus memenuhi semua aspek yang ada di pasal 25 ayat (1) UU No. 5/1999. Pada pembuktiaan terhadap pelanggaran pasal 25 bisa memanfaatkan pendekatan *per se illegal* yakni sepanjang unsur – unsur dugaan praktik *predatory pricing* yang diperlukan telah terpenuhi, maka KPPU dapat menyatakan dugaan pelanggaran pada pasal yang terbukti secara sah. KPPU juga dapat menyajikan hasil perhitungan dan penyajian dampak penyalahgunaan posisi dominan, yang dapat digunakan untuk memperkuat bukti pelanggaran dan penentuan besaran sanksi jika pelanggarannya terbukti.

Seperti kasus Mr. Hu seller asing asal china yang menjual banyak produknya di platform shopee Indonesia dengan harga yang sangat murah dan dianggap menimbulkan kalah saing bagi pelaku UMKM lokal. Sehingga pihak Kementerian koperasi dan UKM sampai presiden memanggil Mr. Hu beserta pihak shopee terkait permasalahan yang ditimbulkan. Permasalahan yang timbul adalah produk Mr. Hu yang di indikasi dan terbukti melanggar pasal 20 atas dasar pengawasan KPPU, karena memperdagangkan

produk di harga paling rendah dari pasar lainnya atau tak sama akan UU No. 5/1999. Akibat dari perilaku yang dijalankannya, banyak toko offline atau ritel sejenis seperti produk Mr. Hu tutup karena tidak mampu bersaing seperti toko batik pekalongan. Mr. Hu memiliki posisi dominan dan penguasaan pasar atau memiliki *market power* karena mempunyai jumlah produksi dengan skala industri yang lebih banyak dan mampu mempertahankannya atas subsidi pemerintah China serta hubungan kerja dengan pihak perusahaan shopee. Namun, Mr. Hu menyalahgunakannya dengan menentukan harga pasar yang tidak sesuai dengan negara Indonesia dinilai dari biaya produksi yang dikeluarkan.

Kecenderungan konsumen memilih produk dengan harga sangat rendah yang dianggap menguntungkan, tanpa melihat dampak kedepannya bagi pelaku usaha lokal maupun diri sendiri. Banyak produk impor China yang dapat melewati proses pemeriksaan pada otoritas bea cukai Indonesia dikarenakan kurang ketatnya pengawasan otoritas dan oknum pejabat cukai ataupun adanya keterikatan kerjasama antara pelaku usaha China dengan oknum yang meloloskan dari pemeriksaan bea cukai. Sehingga, pihak Kementerian koperasi dan UKM bertindak untuk berkoordinasi dengan Kementerian Perdagangan dalam pengecekan kepatuhan seluruh penyediaan marketplace dan berkoordinasi dengan Kementerian keuangan terkait pengecekan kepatuhan pada cukai dan pajak atas barang yang masuk ke Indonesia.

Apabila dilihat dari pendekatan *per se illegal*, maka Mr. Hu diduga dan terbukti melakukan pelanggaran atas pasal 20 terkait kegiatan *predatory pricing* dalam penjualan di platform shopee. Perusahaan dan pelaku usaha impor berkewajiban mematuhi ketentuan yang ada, sebagaimana pasal 20 Peraturan Menteri Perdagangan No. 31/2023, bahwasanya perdagangan maupun perniagaan melalui sistem elektronik bersifat lintas negara wajib memenuhi ketentuan pengaturan yang ada seperti peraturan terkait impor atau peraturan terkait informasi dan transaksi elektronik. Produk impor juga wajib

menjalani pemeriksaan terlebih dahulu di otoritas bea cukai sebagaimana termatub diUU No.17/2006 perihal kepabean. Menurut Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, pelanggaran terhadap ketentuan bea cukai dikenakan sanksi berupa sanksi administratif seperti denda, penyitaan barang, pembekuan dan pencabutan izin.

Adapun kasus para artis dan influencer bergabung dalam penjualan di platform shopee, khususnya pada penjualan di fitur shopee live diduga kolaborasi yang dilakukan pihak shopee sendiri. Penjualan produk yang mereka tawarkan merupakan produk – produk yang bekerjasama dengan pihak perusahaan shopee sehingga dapat dijual dengan harga terendah daripada pelaku usaha lainnya. Indikasi kegiatan *predatory pricing* dalam penjualan shopee live para artis ini, diduga karena adanya sebuah project dan dicurigai dipimpin oleh perusahaan China. Project mereka adalah mengoleksi data produk yang diminati, kemudian memiliki data produk untuk dapat diproduksi sendiri di negaranya dan akan di jual dengan harga rendah. Apabila tidak segera diatasi permasalahannya dengan kebijakan yang tepat, maka pasar elektronik dapat dikuasai secara keseluruhan oleh produk – produk dari negara China (Putra, et.al, 2023).

Pelaku UMKM dan lokal menganggap shopee dengan terang – terangan melakukan kegiatan terlarang yang menimbulkan daya saing usaha tak sehat pada strategi penjualannya seperti aktivitas *predatory pricing*. Kegiatan *predatory pricing* dapat merugikan pesaing dan memberikan dampak negatif pada iklim pasar seperti terjadinya pembatasan akses pasar, ketergantungan pada pemasok tertentu, kurangnya inovasi, dan gangguan terhadap pertumbuhan UMKM. Apabila kegiatan *predatory pricing* penjualan dalam shopee live terus berlangsung dan tidak terindikasi oleh pemerintah, maka dapat menyebabkan hilangnya persaingan dan perusahaan dominan dapat memperoleh bagian besar pada pasar yang sewaktu – waktu dapat menaikkan harga jual secara signifikan dan dapat merugikan para konsumen. Para konsumen dapat saja merasa tertindas dan mengalami diskriminasi karena kehilangan pilihan produk pada pasar, dampak dari banyaknya subjek usaha tersingkir serta market mati. Sebagaimana UU No. 8/1999 perihal perlindungan konsumen, bahwasanya konsumen memiliki hak dalam pemilihan produk maupun jasa asistensi yang sama akan nilai tukar serta situasi jaminan yang dijanjikan subjek usaha atau pelaku usaha. Akibat hukum dalam pelanggaran tersebut, akan memicu matinya ekonomi sehat negara dan terpuruknya kesejahteraan masyarakat karena tindakan curang pelaku usaha yang hanya mementingkan diri sendiri atau

dianggap melawan hukum sama akan perundangan berlaku terkait aktivitas perniagaan maupun perdagangan.

Terlihat bahwasanyadampak yang merugikan kesejahteraan masyarakat dalam kegiatan perekonomiannya, pemerintah dengan tegas telah mengatur ketentuan sanksi kegiatan *predatory pricing* yang menyebabkan tumbuhnya saya saing usaha tak sehat perihal aktivitas perekonomian. Konsekuensi hukum bagi pelaku usaha yang melanggar aturan yangmana menimbulkan daya saing usaha tak sehat serta sikap monopoli dipaparkan di pasal 47 UU No. 5/1999, bahwasanya komisi pengawas persaingan usaha berwenang atas penjatuhan sanksi yakni administratif akan subjek ataupun pelaku usaha yang menyeleweng akan ketentuan Undang – Undang dan sanksi berupa tindakan administratif yakni ketetntuan batalnya perjanjian yang ada di pasal 4-16, memerintahkan para subjek usaha tak melanjutkan aktivias yangmana bisa dibuktikan munculnya praktik persaingan usaha tak sehat juga merugikan kesejahteraan masyarakat. Secara tidak langsung pelaku usaha diperintahkan agar penghentian penyelewengan posisi jabatan dominan akan memperoleh penetapan pembayaran ganti rugi beserta pengenaan denda sampai dengan puluhan miliar rupiah. Pada pasal 48, jika melanggar pasal 20 dikenakan pidana denda sejumlah 20 milyar ataupun pidana penjara 5 bulan manakala tak melaksanakan pembayaran pidana denda yang dijatuhkan. Jika melanggar pasal 19 dan pasal 25, maka dikenakan pidana denda dengan sejumlah 25 milyar maupun pidana penjara 6 bulan manakala tak bisa membayarkan pidana denda.

Adapun ketentuan pasal 49, sebagai sanksi tambahan dan sering diterapkan seperti :

1. Dicabutnya perizinan usaha
2. Dilarangnya subjek maupun pelaku usaha yangmana terbukti melaksanakan penyelewengan akan UU No.5/1999 untuk tak menjabat menjadi direksi maupun komisaris dalam kurun masa 2 tahun maupun 5 tahun.

3. Diberhentikan akan aktivitas yang menimbulkan kerugian pihak lain.

Dan penetapan sanksi Peraturan Menteri Perdagangan No. 31/2023, tidak jauh berbeda dengan sanksi – sanksi yang terdapat pada ketentuan UU No. 5/1999. Pengaturan aktivitas *predatory pricing* sebagai praktik persaingan usaha tak sehat, tidak banyak mengalami perubahan dan pembaharuan. Namun, tidak menutup kemungkinan tetap adanya peraturan – peraturan terbaru yang sesuai dengan perkembangan jaman dan mendukung atas ketentuan Undang – Undang terkait persaingan usaha dan larangannya. Dengan adanya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, semakin menguatkan penegakan hukum terhadap aturan *predatory pricing* dan lebih spesifik dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Sehingga dalam kasus ini Mr. Hu diberlakukannya sanksi administratif yakni skors serta cabut perizinan untuk dapat melakukan aktivitas perdagangan di platform shopee Indonesia.

Pada penelitian ini, memperoleh gagasan indikasi dan dugaan PT. Shopee Indonesia telah melakukan kegiatan *predatory pricing* dijadikan praktik daya saing usaha tak sehat pada penjualan shopee live dan sudah terpenuhi unsur – unsurnya untuk dapat dikenai sanksi yang ditetapkan kepada perusahaan sebagai akibat hukum. Batahan dan penegasan pihak shopee selalu menyatakan bahwa itu semua adalah sebuah strategi bisnis dalam penjualannya, namun hal tersebut hanya dilihat dari sudut pandang pihak shopee itu sendiri. Komisi pengawas persaingan usaha, juga belum menemukan bukti kuat terkait kegiatan *predatory pricing* sebagai praktik persaingan usaha tak sehat yangmana dilaksanakan PT. Shopee Indonesia pada penjualan shopee live, karena keterbatasan penegakan hukum dan perusahaan shopee merupakan perusahaan besar yang berkembang di berbagai negara asia khususnya asia selatan. Meskipun sudah banyak toko kecil pada platform shopee yang terdampak tutup dan mati atau tidak aktif lagi seperti toko dengan akun Elsa738 dan Joper_store yang berdiri pada tahun 2019 dan sama – sama tersingkir pada tahun 2021, karena tidak bertahannya pada persaingan usaha yang terjadi di dalamnya, akibat masuknya produk impor dan kolaborasi shopee dengan artis/influencer. Sejauh ini, komisi pengawas persaingan usaha masih mengawasi tindakan – tindakan yang dilakukan oleh PT. Shopee Indonesia dengan maksud menemukan bukti bahwa benar atau tidak bahwa di dalam penjualan shopee live termuat unsur *predatory pricing* mendi praktik persaingan usaha tak sehat.

Simpulan

Berdasar dari hasil penelitian dan pembahasan, memperoleh simpulan, sebagai berikut :

1. Pengaturan *predatory pricing* menjadi praktik persaingan usaha tak sehat pada penjualan shopee live terdapat pada Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang dibuat mengacu pada pasal 33 UUD 1945 mengenai ekonomi nasional. *Predatory pricing* lebih spesifik diatur dalam pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, yang berkaitan pula dengan pasal 7 terkait perjanjian penetapan harga dibawah pasar antar pelaku, pasal 19 terkait penguasaan pasar, dan pasal 25 terkait posisi dominan. Pada perkembangan perdagangan menjadikan pembaharuan peraturan agar lebih jelas dan spesifik mengenai ketentuannya yakni pada Permendag No. 31 tahun 2023 tentang perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Komisi Pengawas Persaingan Usaha juga diatur mengenai tugas dan kewenangannya pada pasal 35 dan pasal 36 UU No. 5 tahun 1999 agar secara sah dimata hukum dalam pengawasan terhadap permasalahan persaingan usaha.
2. Akibat hukum terhadap *predatory pricing* menjadi praktik persaingan usaha tak sehat pada penjualan shopee live adalah adanya pengenaan sanksi bagi pelaku usaha yang melakukannya sebagaimana Perundang – Undangan, UU No. 5/1999, terdapat pada ketentuan pasal 47 sanksi administratif, pasal 48 ancaman denda atau pidana kurungan, dan pasal 49 sanksi tambahan berupa pencabutan izin usaha, penghentian kegiatan dan larangan bagi pelaku usaha yang terbukti melakukan kegiatan *predatory pricing* untuk menjadi pimpinan. Pelaku usaha yang tidak memiliki *market power* sulit untuk menyeimbangkan harga dari pelaku usaha dominan atau penentu yang melakukan kegiatan *predatory pricing*. Pelaku usaha

pada posisi dominan juga dapat melakukan penyalahgunaan terhadap dpengumpulanata pribadi milik konsumen dalam skala besar (*big data*). Pelanggarannya dapat dikenakan sanksi peringatan tertulis sampai dengan denda sesuai pasal 57. Larangan lainnya terdapat pada pasal 65 dan pasal 66 yang dapat dikenakan sanksi denda sesuai ketentuan pasal 67. Pembuktian KPPU terhadap kasus *predatory pricing* melalui pendekatan *per se illegal*. Kasus *predatory pricing* diduga melanggar beberapa ketentuan seperti pemeriksaan bea cukai, perlindungan konsumen, serta larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Akibat pelanggaran tersebut pelaku usaha shopee akan mendapat pembekuan dan pencabutan izin usaha. Akibat dari kegiatan *predatory pricing* dalam kehidupan masyarakat adalah perubahan iklim pasar, pembatasan akses pasar, gangguan pertumbuhan UMKM dan matinya pesaing menjadikan pelaku usaha mendominasi pasar dan dapat memperlakukan harga guna menutupi kerugian atas kegiatan *predatory pricing* yang pernah dilakukan.

Daftar Pustaka

- Abdurrachman, H., Hamzani, A. I., Majesty, N., & Aravik, H. (2021). From Judge's Decision to Justice: The Role of Transcendental Law to Reinforce Judicial Independence. *J. Legal Ethical & Regul. Issues*, 24, 1.
- Aravik, H., Marnisah, L., & Hamzani, A. I. I. (2021). Islamic Business Ethics As A Practical Solutions In The Scope Of E-Commerce Business. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 9(1), 120-137.
- Bahtiar, (2021). *Mendesain Penelitian Hukum*, Cet. Ke-1, Sleman : Deepublish, September.
- Hamzani, Achmad Irwan, (2020). *Buku Panduan Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Tanah Air Beta.
- Kitab Undang – Undang Hukum Perdata
- Meirani, Ni Kadek Neva Rastina, (2022). “Indikasi *predatory pricing* Dalam Promosi Flash Sale pada E-Commerce sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat”, *E-Jurnal Ilmu Hukum : Kertha Wicara*, 11 (11), Juli 2022. https://ojs.unud.ac.id/index._php/kerthawicara/ article/view/98895/5 0320
- Penggabean, H.P., (2023). *Penerapan Teori Hukum Dalam Sistem Peradilan Indonesia*, Terbitan Ke-1, Bandung : Penerbit Alumni, 2023.

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

Putra, T. W., Abdurrachman, H., & Hamzani, A. I. (2023). *Pertanggungjawaban Pidana terhadap Kejahatan Hacking*. Penerbit NEM.

Ramadhani, Firsty Sasi Suci, et al., (2023). Keterkaitan Pemberian Discount Pada Produk Kosmetik Dengan Konsep *predatory pricing* Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha, Deposisi : *Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, 1 (2), Juni 2023. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/Deposisi-widyakarya/article/view/562/586>

Ramlan, (2019). *Hukum Perusahaan : Jenis – Jenis Perusahaan di Indonesia*, Cet. Ke – 1, Medan : CV. Pustaka Prima, 2019.

Restiti, Ni Putu Yuley, et al., (2021). Pengaturan *Predatory pricing* Transportasi Online Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Analogi Hukum*, 3 (1), 2021. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/analogihukum/article/view/3036>

Savier, Alem, et al., (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*, 9 (14), Juli 2023. http://jurnal_peneliti.net/index_php/_JIWP/article/view_/4557

Sulatri, Ari, et al., (2023). Rancangan Kebijakan Mengenai Dinamika dan Dilematika Dalam Penanganan Persoalan Hadirnya Platform Social Commerce Bagi Keberlanjutan dan Kesejahteraan Para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *Jurnal Pembangunan dan Administrasi Publik*, 5 (2), September 2023 : 23 – 36. <https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jpap/article/view/689>

Timotius, Alfaro David, dan Kemala, Ratih, (2022). Keterkaitan Konsep *Predatory pricing* Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Ilmiah Publika*, 10 (2), Desember 2022. <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Publika/article/view/7635>

Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang – Undang Nomor 17 Tahun 2006 tentang kepebean

Predatory Pricing Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Penjualan Shopee Live
Ajeng Tri Normalita Putri, Eddhie Praptono, Soesi Idayanti

Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan
Persaingan Usaha Tidak Sehat.