



FORSCHUNGSFORUM LAW JOURNAL

FORUM RISET DAN DEBAT MAHASISWA
FAKULTAS HUKUM UPN VETERAN JAKARTA

Vol. 1 No. 3 Tahun 2024

Penguatan Standardisasi Produk Impor Pada *E-commerce* Di Indonesia Dalam Mengatasi *Predatory Pricing* (Studi Komparasi Kebijakan *Anti-Monopoli* Dengan Negara Jepang)

Strengthening Standardization of Imported Products in E-commerce In Indonesia in Overcoming Predatory Pricing (Policy Comparative Study Anti-Monopoly with Japan)

Mohammad Akmal Taris Hakim¹, Veronica Cynthia Putri Purwana², Nadia Marsya Ramdhani³

¹ Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Jl. RS Fatmawati No. 1, Cilandak, Jakarta Selatan, 12450, Email 2210611181@mahasiswa.upnvj.ac.id

² Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Jl. RS Fatmawati No. 1, Cilandak, Jakarta Selatan, 12450, Email 2210611286@mahasiswa.upnvj.ac.id

³ Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Jl. RS Fatmawati No. 1, Cilandak, Jakarta Selatan, 12450, Email: 2310611127@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstrak: *Predatory pricing* mengancam keberlangsungan UMKM di Indonesia, terutama dalam pasar digital atau *e-commerce*. Kelemahan regulasi persaingan usaha, pengawasan barang impor, dan kurangnya kesadaran akan adanya praktik *predatory pricing* perlu diperhatikan oleh pemerintah maupun masyarakat. Dasar hukum mengenai *e-commerce* dan persaingan usaha juga perlu diperkuat dan diperjelas agar terciptanya kepastian hukum. Adapun tujuan penelitian yaitu guna mengetahui bagaimana studi komparasi kebijakan anti-monopoli dalam mengatasi *predatory pricing* dengan negara Jepang serta bagaimana penguatan standardisasi produk impor pada *e-commerce* di Indonesia. Dengan metode penelitian normatif melalui pendekatan *statute approach* atau pendekatan undang-undang dan *comparative approach* atau pendekatan komparatif dengan negara Jepang, maka dapat diketahui hasil penelitian yaitu lemahnya regulasi persaingan usaha Indonesia mencermati regulasi Jepang yang lebih kuat, kurangnya kewenangan KPPU dalam pencegahan dan penegakan hukum persaingan usaha, serta kurangnya pembatasan produk impor yang masuk ke pasar Indonesia terutama dalam *e-commerce*. Oleh karena itu, diperlukannya pembaharuan hukum dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang persaingan usaha.

Kata Kunci: *Predatory Pricing*, *E-commerce*, Persaingan Usaha.

Abstract: *Predatory pricing* threatens the sustainability of MSMEs in Indonesia, especially in the digital market or *e-commerce*. Weakness in business competition regulations, supervision of imported goods, and lack of awareness of existing practices *predatory pricing* needs to be paid attention to by the government and society. Legal basis regarding *e-commerce* and business competition also needs to be strengthened and clarified in order to create legal certainty. The purpose of this research is to find out how comparative studies of anti-monopoly policies can overcome *predatory pricing* with Japan and how to strengthen it

standardization imported products on *e-commerce* in Indonesia. Through normative research methods with approaches *statute approach* or legal approach and *comparative approach* or a comparative approach, namely by making a comparison with Japan, the research results can be seen, namely the weakness of Indonesia's business competition regulations looking at Japan's stronger regulations, the KPPU's lack of authority in preventing and enforcing business competition laws, as well as the lack of restrictions on imported products entering the Indonesian market. especially deep *e-commerce*. Therefore, legal reform is needed in Law no. 5 of 1999 concerning business competition. *Keywords: Predatory Pricing, E-commerce, and Business Competition.*

Keywords: Predatory Pricing, E-commerce, Business competition.

1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, *e-commerce* tumbuh pesat di Indonesia. Namun, praktik bisnis yang merugikan seperti *predatory pricing* menjadi masalah serius. *Predatory pricing*, di mana perusahaan menetapkan harga di bawah biaya produksi atau pasar untuk mengalahkan pesaing, mengancam keberlangsungan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Kelemahan regulasi impor barang turut mendukung praktik ini, memungkinkan penjual *e-commerce* untuk menjual barang impor dengan harga sangat murah, menyulitkan UMKM bersaing secara adil di pasar domestik (Kurnianingrum, 2021).

Di Indonesia, posisi *e-commerce* dalam hukum memiliki landasan yang penting. Dasar hukum yang mengatur *e-commerce* di Indonesia sebagian besar terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP 80/2019). Namun, dalam kaitannya dengan *predatory pricing*, hukum yang mengatur praktik bisnis ini masih perlu diperkuat dan diperjelas. Selain itu, ketentuan impor barang yang lemah juga menjadi faktor pendukung bagi praktik *predatory pricing* dalam *e-commerce*. Kondisi ini memberikan peluang bagi pelaku *e-commerce* untuk mengimpor barang dengan harga sangat murah, bahkan di bawah harga produksi lokal, yang kemudian dijual dengan harga yang sangat kompetitif di pasar dalam negeri. Hal ini tidak hanya merugikan UMKM, tetapi juga dapat menghambat pertumbuhan industri dalam negeri serta menciptakan ketidakadilan dalam persaingan usaha.

Dengan adanya pelaku UMKM yang kesulitan bersaing dari sisi harga akibat dari *predatory pricing* dalam *e-commerce*, diperlukan perlindungan dan regulasi yang lebih kuat dari pemerintah (Biantara et al., 2022). Regulasi yang jelas dan tegas diperlukan

untuk melindungi kepentingan para pelaku UMKM serta memastikan persaingan usaha yang sehat dan adil di pasar *e-commerce* Indonesia. Perlindungan ini dapat berupa kebijakan yang mengatur harga minimum atau menerapkan sanksi yang tegas terhadap praktik *predatory pricing*. Selain itu, pemerintah juga perlu meningkatkan pengawasan terhadap impor barang dengan memperkuat ketentuan impor barang sehingga tidak memberikan celah bagi praktik *predatory pricing*.

Maka dari itu, pemahaman mendalam mengenai fenomena *predatory pricing* dan dampaknya terhadap UMKM sangatlah penting untuk membangun ekosistem *e-commerce* yang berkelanjutan dan inklusif di Indonesia. Dalam kerangka ini, pemerintah juga perlu melakukan sosialisasi yang luas kepada para pelaku usaha mengenai praktik bisnis yang sah dan fair dalam *e-commerce*. Dengan demikian, regulasi yang kuat dan kesadaran akan pentingnya persaingan usaha yang sehat dapat mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang lebih berkeadilan untuk semua pihak, termasuk UMKM sehingga mereka dapat terus berkembang dan berkontribusi secara signifikan dalam perekonomian Indonesia (Effendi et al., 2020).

Indonesia sendiri berlandaskan pada Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, tepatnya Pasal 33 ayat 4 disebutkan bahwa salah satu prinsip dari demokrasi ekonomi adalah keberlanjutan. Keberlanjutan dalam sebuah demokrasi ekonomi yang dimaksud pada pasal tersebut juga akan bergantung pada bagaimana persaingan usaha dalam perdagangan di Indonesia. Praktik persaingan usaha di Indonesia yang mengarah pada *predatory pricing* sendiri sudah diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang melarang pelaku usaha untuk melakukan jual rugi suatu barang dengan maksud menyingkirkan atau mematikan usaha dari pesaingnya. Maka dari itu, penyempurnaan regulasi dan penegakan hukum yang lebih efektif menjadi sangat penting untuk mencegah dan mengatasi praktik *predatory pricing* dalam *e-commerce* di Indonesia.

Salah satu contoh yang pernah terjadi terkait *predatory pricing* di Indonesia adalah kasus yang melibatkan Carrefour Indonesia, yang diatur dalam putusan KPPU dengan perkara Nomor 09 Tahun 2009. Dalam kasus ini, Carrefour Indonesia dinyatakan melakukan praktik *predatory pricing*. Carrefour Indonesia diterangkan untuk mengumpulkan informasi atau data mengenai lokasi toko yang beroperasi di dalam pasar yang ingin ia

masuk, sebelum melakukan akuisisi PT Alfa Retailindo. Praktik tersebut dianggap sebagai upaya untuk mengeliminasi pesaing dan mendominasi pasar dengan cara menetapkan harga jual dibawah biaya produksi atau di bawah harga pasar. Praktik *predatory pricing* yang melibatkan perjanjian yang tidak sesuai dengan harga pasar, dapat mengganggu persaingan pasar (Puruhito et al., 2023).

Selain itu, ada aturan yang melarang pelaku usaha membuat kesepakatan dengan pelaku lain yang berkaitan dengan harga atau penentuan harga. Hal tersebut terdapat dalam pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Keseluruhan, *predatory pricing* merupakan praktik yang dilarang dalam hukum persaingan usaha di Indonesia yang dapat mengganggu persaingan pasar dan mengakibatkan konkuren yang lebih sulit atau hancur. Dengan fakta yang telah dipaparkan bahwa Indonesia masih memiliki masalah terhadap *predatory pricing* yang juga mengancam pelaku usaha UMKM, khususnya yang melakukan penjualan melalui *e-commerce* maka dibutuhkan pembahasan yang lebih komprehensif mengenai penjabaran masalah dan langkah yang harus dilakukan Indonesia guna mengurangi praktik *predatory pricing* di Indonesia yang akan dibahas dalam pembahasan tulisan ini.

2. Metode

Metode penulisan adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu (Puruhito et al., 2023). Diperlukan metode penulisan dalam suatu karya tulis agar dapat memecahkan dan mencegah masalah dalam kehidupan manusia dengan proses deskripsi, pembuktian, pengembangan dan penemuan pengetahuan, teori, tindakan dan produk tertentu (Sugiyono, 2015). Pada penulisan ini penulis menggunakan penulisan normatif, dimana penulisan normatif menjelaskan suatu fenomena melalui pengumpulan informasi dari data berupa buku, karya ilmiah, serta peraturan perundang-undangan yang relevan. Penulisan ini menggunakan pendekatan berupa *statute approach* atau pendekatan perundang-undangan, yaitu dengan menelaah Japan Fair Trade Commission (JFTC) Act Nomor 54 of April 14, 1947 Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian, serta Peraturan Menteri

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

Pada penulisan ini juga digunakan pendekatan *comparative approach* atau pendekatan komparasi, yaitu dengan melakukan komparasi regulasi serta cara penanganan negara Jepang mengatasi *predatory pricing* produk impor. Berdasarkan metode yang telah dijabarkan, penulis mengambil kesimpulan bahwa diperlukannya pembaharuan hukum terkait persaingan usaha tidak sehat oleh pengusaha lokal maupun asing di *e-commerce* serta perlunya perluasan kewenangan lembaga pengawasan persaingan usaha dalam mengatasi serta mencegah terjadinya praktik *predatory pricing* oleh pengusaha produk impor di *e-commerce*.

3. Pembahasan

3.1. Studi Komparasi Kebijakan Anti-Monopoli dalam Mengatasi *Predatory Pricing* dengan Negara Jepang

Praktik jual rugi atau *predatory pricing* mengancam UMKM lokal untuk bersaing dengan barang-barang ekspor yang menetapkan harga pasar lebih murah daripada harga produksi (Prahmana et al., 2022). Penguasaan pasar atas barang dan jasa serta produksi merupakan tujuan dari praktik monopoli ini sehingga mengakibatkan terjadinya persaingan tidak sehat dan kerugian kepentingan umum (Tarigan et al., 2019). Persaingan usaha yang sehat diharapkan dapat tercipta setelah diterapkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Namun, pembaharuan hukum perlu dilakukan karena beberapa negara Asia sedang melakukan pembaharuan hukum persaingan yang baru sehingga penegakan hukum persaingan lebih jelas dan tegas, salah satunya adalah negara Jepang.

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-hibition of private monopoly and preservation of fair trade* (*Shiteki dokusen no kinshi oyobi kosei torihiki ni kansuru horitsu*) merupakan Peraturan Perundang-undangan pokok dari hukum persaingan di Jepang. Undang-Undang anti-monopoli tersebut ditegakkan oleh JFTC (*Japan Fair Trade Commission*) maupun lembaga peradilan (Tarigan et al., 2019). JFTC (*Japan Fair Trade Commission*) merupakan komisi anti-monopoli dari Jepang. JFTC

memiliki kewenangan yang lebih kuat, lebih luas, serta independen dalam mengeluarkan peraturan (*quasi-legislative power*), melakukan penyelidikan dan penyidikan (*quasi-judicial power*) serta memutuskan dalam pengajuan dakwaan terhadap para pelaku pelanggaran anti-monopoli (Recca, 2012).

Kategori praktik perdagangan tidak adil yang dapat menghambat suatu persaingan disebutkan dalam Undang-Undang anti-monopoli Jepang Pasal 2 ayat (9) Undang-Undang Nomor 54 Tahun 1947 yang mana satu dari beberapa kategori tersebut adalah *Predatory pricing*. Hal tersebut terdapat dalam Pasal 2 ayat (9) angka 3 Undang-Undang Nomor 54 Tahun 1947 yang menyebutkan jika terus menerus memasarkan barang atau jasa tanpa alasan yang dapat dibenarkan, dengan harga jual lebih murah dibandingkan dengan biaya produksi, sehingga menimbulkan kesulitan terhadap kegiatan usaha perusahaan lain (Japan Fair Trade Commission, 1947). Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat juga menyebutkan dalam Pasal 20 mengenai *predatory pricing* atau jual rugi yaitu setiap pelaku usaha tidak diperbolehkan untuk melaksanakan pemasaran barang dan/atau jasa melalui penjualan dengan praktik jual rugi atau *predatory pricing* yaitu penetapan harga yang amat rendah serta memiliki maksud untuk menghilangkan usaha pesaingnya yang mana dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli. Namun dalam praktiknya, penerapan sanksi yang dilakukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Indonesia belum efektif dan maksimal. Hal ini dikarenakan kewenangan yang dimiliki KPPU terbatas seperti tidak adanya wewenang untuk datang ke tempat bisnis pelaku usaha dalam proses penyelidikan, tidak adanya upaya paksa, dan tidak adanya wewenang untuk menjatuhkan pidana (Tarigan et al., 2019). Kewenangan KPPU adalah sebagai berikut (Republik Indonesia, 1999):

- a. menerima laporan dari masyarakat maupun pelaku usaha mengenai dugaan terjadinya praktik monopoli;
- b. Komisi dapat melakukan penelitian apabila terdapat dugaan kegiatan usaha yang melakukan dan/atau mengakibatkan terjadi praktik monopoli;
- c. laporan mengenai kasus dugaan praktik monopoli ditindaklanjuti oleh Komisi melalui penyelidikan;
- d. memberikan hasil mengenai ada atau tidak adanya praktik monopoli dari penyelidikan tersebut;
- e. Komisi dapat memanggil pelaku usaha apabila diduga melakukan pelanggaran;

- f. saksi dan orang yang dianggap mengetahui pelanggaran dapat dipanggil dan dihadirkan Komisi;
- g. apabila tidak bersedia hadir Komisi dapat meminta bantuan penyidik;
- h. terkait penyelidikan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan UU ini, Komisi dapat meminta keterangan dari instansi Pemerintah;
- i. mendapatkan dan meneliti bukti untuk penyelidikan;
- j. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat;
- k. putusan Komisi diberitahukan kepada pelaku usaha yang melanggar;
- l. pelaku usaha yang melanggar dapat dijatuhkan sanksi tindakan administratif.

Kewenangan tersebut berbeda dengan kewenangan yang dimiliki JFTC. Dalam mendukung penyidikan dan penyelidikan untuk menggeledah beberapa dokumen bisnis dan lain sebagainya, JFTC memiliki wewenang untuk datang ke tempat bisnis pelaku usaha dan tempat-tempat lain yang relevan. Bahkan saat melakukan penyelidikan terhadap kartel, *on the spot investigation* dapat dilakukan oleh JFTC, yaitu penyelidikan secara tiba-tiba di tempat pelaku usaha dan dapat dilakukan pemaksaan terhadap pelaku usaha untuk mereka menyerahkan beberapa dokumen yang relevan. Jika tidak, hukuman 6 Bulan penjara atau denda maksimal 200.00 yen dapat dikenakan bagi pelaku usaha yang menolak untuk dilakukannya penyelidikan (Arifin, 2019). Dalam hal menangani praktik jual rugi dan/atau anti-monopoli, pengaturan secara jelas dan terperinci terkait kewenangan penggeledahan dan penyitaan sampai dengan inventarisasi barang yang disita dan pengembalian barang tersebut ada dalam *The Antimonopoly Act* (Undang-Undang Persaingan Usaha Jepang). Sedangkan, kewenangan KPPU berbeda dengan kewenangan JFTC. Di Indonesia sendiri, kewenangan seperti itu dimiliki oleh penyidik Polri. Mengingat perkara persaingan usaha yang semakin kompleks maka penambahan wewenang KPPU tentunya perlu mendapatkan perhatian khusus yang berguna untuk membuat KPPU sebagai lembaga yang mengawasi persaingan usaha lebih kuat lagi serta mewujudkan iklim usaha yang sehat di Indonesia (Arifin, 2019).

Tidak hanya dalam hal struktur dan substansi hukum, Jepang dan Indonesia memiliki perbedaan budaya jual beli yang mana masyarakat Jepang memiliki rasa cinta yang tinggi terhadap produk dalam negeri sendiri meskipun masih kurang berkualitas dan dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan produk impor. Namun, dengan jumlah

pembelian yang meningkat maka perusahaan produsen nantinya dapat melakukan riset guna mengembangkan produknya untuk memiliki kualitas yang baik sehingga dapat bersaing dengan produk-produk dari negara maju di pasar Eropa dan Amerika (Ikhwan, 2024). Sebaliknya, masyarakat Indonesia cenderung memilih produk impor daripada produk lokal. Pada tahun 2023, pasar digital atau *e-commerce* memiliki total konsumen mencapai 123 juta. Namun, Indonesia masih menjadi sasaran produk impor dengan persentase mencapai 90 persen produk di *e-commerce* yang merupakan produk impor (Akbar, 2024). Hal tersebut dapat terjadi tak hanya karena kualitas produk impor yang tinggi tetapi banyak produsen yang menggunakan praktik jual rugi atau *predatory pricing* sehingga membuat masyarakat terus menerus membeli barang dengan harga yang lebih murah. Produk lokal pun kian ditinggalkan.

Pemerintah dalam hal ini perlu mendorong minat masyarakat agar memiliki rasa cinta dan bangga terhadap produk dalam negeri. Pemerintah dapat mewajibkan dan memudahkan pembelian produk dalam negeri sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Selain itu, pemerintah juga dapat melakukan penguatan standardisasi produk impor sehingga dapat membatasi masuknya produk impor terutama pada *e-commerce* di Indonesia.

3.2. Penguatan Standardisasi Produk Impor pada *E-commerce* di Indonesia

Standardisasi sebagai proses untuk merencanakan, menetapkan, memberlakukan serta sebagai bentuk pengawasan standar terhadap produk yang beredar luas di dunia perdagangan dan harus dilaksanakan dengan tertib dan setiap pemangku kepentingan bekerja sama (Putri, 2018). Maraknya penjualan barang impor di Indonesia, terkhusus pada *e-commerce* adalah hal yang patut diwaspadai. Produk UMKM Indonesia harus ikut bersaing dengan produk impor yang ironisnya banyak produk impor yang memiliki harga yang lebih murah, tetapi kualitas sama bahkan lebih rendah daripada produk UMKM. Adanya produk impor dengan harga murah di *e-commerce* mengancam stabilitas pasar produk dalam negeri sehingga diperlukannya standardisasi produk dari luar negeri yang masuk dan diperjualbelikan di *e-commerce* Indonesia (Vicky & Ditha, 2022).

Terkait standardisasi produk impor, pemerintah telah mengeluarkan kebijakan, yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian yang wajib ditaati oleh para pelaku usaha di Indonesia, baik lokal maupun asing. Dengan

adanya peraturan ini, diharapkan dapat mencegah kehadiran barang impor yang berkualitas rendah dan mengganggu stabilitas harga pasar perdagangan di Indonesia karena menjual barang berharga rendah. Adanya standar produk yang setara bagi seluruh pelaku usaha, baik lokal maupun asing dapat menciptakan persaingan usaha yang sehat yang fokus pada kualitas dan kepuasan konsumen. Terkait hal ini juga diperlukan pengawasan yang ketat terhadap setiap produk yang dijual di Indonesia khususnya pada *e-commerce*. Selain untuk menjaga persaingan usaha yang sehat, standardisasi juga dapat dijadikan motivasi bagi pengusaha produk lokal dalam membangun merek dan barang yang berkualitas serta menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk asli Indonesia yang tidak kalah dengan produk luar negeri yang beredar di *e-commerce*.

Pemerintah juga telah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 sebagai bentuk revisi atas Permendag Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Revisi aturan ini berisi mengenai larangan bagi platform *e-commerce* dalam memberikan fasilitas perdagangan produk impor dengan memberikan batas harga untuk produk impor melakukan perdagangan di *e-commerce* (Peraturan Menteri Perdagangan, 2023). Hadirnya kebijakan terkait perdagangan dengan sistem elektronik juga memperkuat pengawasan negara terhadap pengusaha produk asing karena pengusaha produk luar negeri diharuskan untuk memberikan keterangan terkait bukti legalitas usaha dari negara asalnya, pemenuhan standar halal, pencantuman deskripsi dalam bahasa Indonesia dan asal tempat pengiriman barang. Dalam kebijakan ini juga dijelaskan kembali terkait informasi dan standardisasi barang serta harga minimum barang impor yang menetapkan harga minimum bagi barang impor sebesar \$100 per unit yang dijual ke Indonesia serta memberikan daftar barang impor yang diperbolehkan untuk dijual di platform *e-commerce* (Zahra & Muhamad, 2023).

Banyaknya penjualan produk impor dengan harga murah pada *e-commerce* juga menimbulkan kecurigaan adanya praktik *predatory pricing* atau jual rugi. Salah satu kasus jual rugi oleh pelaku usaha asing, yaitu PT Semen Conch South Kalimantan Cement yang merupakan perusahaan asal China. Perusahaan tersebut terbukti telah melakukan praktik jual rugi yang di mana telah menjual barang usahanya dengan harga yang amat murah tidak sesuai dengan harga yang telah beredar di pasaran. Putusan KPPU atau

Komisi Pengawas Persaingan Usaha juga telah menetapkan secara sah bahwa PT Semen Conch South Kalimantan telah melakukan praktik jual rugi dan dikenakan hukuman denda sebanyak Rp22.352.000.000. Selain itu, terdapat pula kasus dugaan praktik jual rugi di platform *e-commerce*, yaitu oleh pelaku usaha asal China yang menjual baju batik dengan harga yang jauh di bawah harga pasar *e-commerce* Indonesia. Produk yang dijual oleh pengusaha China itu hanya seharga Rp35.000 untuk 2 buah baju padahal untuk produk batik yang sama persis juga dijual oleh pengusaha lokal dengan harga yang bisa mencapai Rp100.000 (Anisa, 2024).

Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, untuk menentukan adanya praktik jual rugi diperlukan penelitian mendalam agar dapat menjawab permasalahan tersebut. Dalam hal ini diperlukan peran KPPU untuk bisa menentukan apakah suatu penjualan produk asing di *e-commerce* dengan harga lebih murah yang di mana termasuk di bawah harga pasar dapat ditetapkan sebagai praktik jual rugi atau bukan. KPPU perlu melakukan analisis untuk membuktikan telah dilakukannya praktik jual rugi karena dalam menetapkan putusan sah terjadinya praktik jual rugi diperlukan dokumen dan fakta kuat yang mendukung hal tersebut. Terkait pembuktian adanya praktik jual rugi diperlukan dua tahap analisis yang harus dilakukan, yaitu dengan mempertimbangkan karakteristik pasar serta memastikan bahwa harga dari produk yang diperjualbelikan terbukti tidak masuk akal (Adinda & Suherman, 2022). Dalam menuduh pengusaha yang terindikasi melakukan praktik jual rugi juga tidak bisa sembarangan, perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut (Adinda & Suherman, 2022):

- a. Melakukan penyidikan terlebih dahulu hingga memberikan bukti bahwa pelaku usaha yang dicurigai terbukti melakukan penjualan produk dengan harga yang terbilang rendah dan tidak masuk akal atau bahkan menjual dengan harga dibawah biaya produksi.
- b. Jika telah terbukti menjual dibawah harga normal diperlukan pula pembuktian bahwa pelaku usaha yang dicurigai memang memiliki maksud dan tujuan untuk melakukan praktik jual rugi.
- c. Terbukti adanya keyakinan dari pelaku usaha tersebut bahwa di masa mendatang akan mendapat keuntungan besar akibat dari praktek jual rugi yang dilakukan sebelumnya mematikan pesaing lainnya dalam menjual produk yang sama.

Pada dasarnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 telah mengatur ketentuan-ketentuan terkait persaingan usaha secara utuh. Namun, semakin berkembangnya zaman dan semakin kompleks pula aktivitas perdagangan kebijakan yang telah ditetapkan itu masih belum mengakomodasi secara jelas keseluruhan permasalahan yang timbul dalam dunia perdagangan sekarang. Belum ada regulasi yang mengatur secara penuh ketentuan mengenai persaingan tidak sehat di *e-commerce*. Sejauh ini, untuk mengatasi masalah persaingan tidak sehat di platform *e-commerce* dengan mengandalkan kinerja dari KPPU dalam melakukan pengawasan demi menciptakan persaingan usaha yang sehat antar pelaku usaha, baik lokal maupun asing. KPPU juga bekerja sama dengan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia serta Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dalam meninjau kembali kebijakan yang ada terkait persaingan usaha tidak sehat terutama pada *e-commerce* (Timorria, 2024).

Maka dari itu, dalam menjaga persaingan usaha yang sehat pada era digital, langkah yang telah ditempuh oleh KPPU adalah dengan menetapkan Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis KPPU 2020-2024 yaitu (Timorria, 2024):

- a. Mengoptimalkan kerjasama internasional dalam mengatasi persaingan usaha lintas negara.
- b. Responsif dan peka terhadap perkembangan kasus yang rawan terjadi dan terus berkembang di era digital sekarang.
- c. Memperkuat sarana prasarana dan kompetensi penyidik KPPU untuk lebih mengoptimalkan manfaat positif demi kepentingan publik.
- d. Memastikan penegakan hukum atas Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 berjalan dengan efektif.

Meskipun telah diatur rencana KPPU menghadapi era digital demi menjaga persaingan usaha yang sehat dan kondusif, kewenangan yang dimiliki KPPU dalam menangani perkara persaingan usaha masih terbatas. KPPU tidak memiliki kewenangan untuk menjatuhkan pidana kepada pelaku usaha yang melanggar peraturan persaingan usaha. Putusan yang dikeluarkan KPPU terkait permasalahan persaingan usaha tidak sehat tidak bersifat akhir dan mengikat. KPPU hanya berwenang penuh dalam melakukan pengawasan, penyidikan, penuntut dan pemutus yang hanya dapat memberikan sanksi administratif dalam mengatasi permasalahan persaingan usaha.

Jika melihat kembali kebijakan yang telah diterapkan oleh negara Jepang dalam mengatasi persaingan tidak sehat, lembaga yang telah ditetapkan pemerintah Jepang untuk mengatasi masalah tersebut memiliki kewenangan yang kuat untuk melakukan penggeledahan hingga penyitaan barang di tempat pelaku usaha dan yang menolak pun dikenakan denda. Pemerintah Indonesia seharusnya mengkaji kembali terkait Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengenai kewenangan KPPU yang terbatas dalam menangani persaingan usaha tidak sehat di *e-commerce*.

Tidak hanya merevisi undang-undang terkait persaingan usaha di *e-commerce*. Namun, pemerintah juga diharapkan dapat memperkuat ketegasan dalam mengawasi masuknya produk impor ke Indonesia. Persaingan usaha antara produk impor dengan produk lokal ini menyebabkan para pelaku usaha UMKM terpukul mundur, bahkan ada yang melayangkan protes terkait adanya produk impor di *e-commerce*. Hukum pada dasarnya merupakan instrumen untuk melayani kebutuhan manusia sehingga selalu diperlukan adanya pembaharuan regulasi yang menyesuaikan kondisi dan permintaan masyarakatnya (Hartiwiningsih et al., 2019).

4. Kesimpulan

Praktik jual rugi atau *predatory pricing* mengancam UMKM lokal sehingga membuat mereka sulit bersaing dengan produk impor. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat perlu direvisi mencermati negara di Asia telah melakukan pembaharuan hukum persaingan yang lebih baru dan tegas, salah satunya negara Jepang. Urgensi dilakukannya pembaharuan hukum persaingan usaha adalah karena undang-undang tersebut memiliki beberapa kelemahan, seperti kurangnya wewenang KPPU dalam penyelidikan dan penyidikan serta penerapan sanksi terhadap pelaku *predatory pricing* dan/atau monopoli. Maka dari itu, KPPU perlu mendapat perhatian khusus dan mempertimbangkan kemungkinan untuk penambahan kewenangan dan penguatan kelembagaan KPPU. Kesadaran masyarakat akan praktik jual rugi juga perlu ditingkatkan karena banyak produk impor yang masuk terutama dalam *e-commerce* Indonesia dengan harga yang lebih murah sehingga dapat mematikan UMKM lokal. Selain itu, penguatan standardisasi produk impor dapat dilakukan pemerintah dalam rangka membatasi masuknya produk impor terutama pada *e-commerce* di Indonesia.

Regulasi mengenai standardisasi terhadap produk impor yang terjual pada *e-commerce* di Indonesia telah terwujud melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian dan Permendag Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Kehadiran kebijakan terkait standardisasi produk dan pengaturan dalam berdagang di *e-commerce* bagi produk impor menjadi bentuk pencegahan dari pemerintah agar produk impor tidak menguasai pasar perdagangan Indonesia dan mematikan produk pelaku UMKM. Meskipun telah ada regulasi yang menyinggung batasan penjualan produk impor di Indonesia diperlukan ketegasan dan keketatan dalam pengawasan terhadap produk impor yang masuk serta yang diperjualbelikan di *e-commerce*. Terkait hal tersebut kewenangan KPPU dalam menegakkan hukum yang berlaku juga memerlukan payung hukum yang kuat agar setiap pihak yang berkepentingan memiliki kepastian hukum.

Daftar Pustaka

Artikel Jurnal:

- Biantara, D., Margaretha, V., & Lesmana, I. (2022). Analisis Peran Regulator Dan Aspek Biaya Dalam Pencegahan Praktik Predatory Pricing di E-Commerce Indonesia. *Indonesian Journal of Accounting and Governance* ISSN, 2579, 7573.
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(1), 21-32.
- Kurnianingrum, T. P., SH, M., Cahyaningrum, D., Nola, L. F., SH, M. K., & Novianti, S. H. (2021). Pelindungan kepentingan nasional dalam perdagangan internasional. *Publica Indonesia Utama*.
- Mahrhan, Z. A. & Sebyar, H. M. (2023). Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 51-67.
- Puruhito, M. A. S. (2023). Dampak Negatif Praktik Predatory Pricing terhadap Persaingan Usaha (Studi Putusan KPPU No. 03/KPPU-L/2020) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

- Prahmana, V. D. & Wiradiputra, D. (2022). Predatory Pricing Dalam E-commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 9844-9845.
- Rahayu, A. S. & Suherman, S. (2022). Analisis Dugaan Praktek Jual Rugi Produk Impor Melalui Situs E-commerce Shopee. *UNES Law Review* (Juni 2022), 430-448.
- Suyatno, S. S. (2023). Kelemahan Teori Sistem Hukum Menurut Lawrence M. Friedman Dalam Hukum Indonesia. *Ius Facti: Jurnal Berkala Fakultas Hukum Universitas Bung Karno* 2, 197-206.
- Tarigan, I. B., & Purwanto, I. W. N. (2019). Kajian Perbandingan Tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha Di Indonesia Dibandingkan Dengan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Negara Jepang. *Kertha Negara* 7 (9), 1-14.

Buku:

- Fuady, M. (2008). *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Globalisasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Garner, B. A. (1999). *Black Law Dictionary, Seventh Edition*. West Group St. Paul Minn.
- Hartiwiningsih, Isharyanto, & Agustiwi, A. (2019). *Menelisik Penguujian Peraturan Daerah Dalam Bingkai Hukum Responsif*. Unida Press.
- Nonet, Philippe, & Selznick, P. (2015). *Hukum Responsif*. Nusa Media.
- Sugiyono. (2015). *Cara mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Widjaja, G. (2002). *Merger dalam Perspektif Monopol*. Rajawali Pers.

Halaman Web:

- Darusalam, Ikhwan. (2018). *Mari, Banggalah Terhadap Produk Dalam Negeri*. Diakses pada 20 April 2024, <http://pusdiklat.kemenperin.go.id/www/informasi/artikel-umum/artikel-nasional/577-mari-banggalah-terhadap-produk-dalam-negeri.html>
- Evandio, Akbar. (2023). *Miris! Jokowi: Pasar Digital Indonesia Besar, Tetapi Dijajah Barang Impor*. Diakses pada 20 April 2024, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20231004/12/1700925/miris-jokowi-pasar-digital-indonesia-besar-tetapi-dijajah-barang-impor>

Fathimah, Timorria Iim. (2021). *Soal Predatory Pricing di E-commerce Begini Tanggapan KPPU*. Diakses pada 19 April 2024, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210308/12/1365410/soal-predatory-pricing-di-e-commerce-begini-tanggapan-kppu>

Indraini, Anisa. (2021). *3 Fakta Mr. Hu, Sosok di Balik #SellerAsingBunuhUMKM*. Diakses pada 18 April 2024, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5378769/3-fakta-mr-hu-sosok-di-balik-sellerasingbunuhumkm>

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33 Tahun, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817).

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 216, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5584).

Japan Fair Trade Commission (JFTC). Act on Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade (Act No. 54 of April 14, 1947).

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