

## **Keterkaitan Konsep *Predatory Pricing* Dalam Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui *E-Commerce* Berdasarkan Perspektif Hukum Persaingan Usaha**

**Alfaro David Timotius, Ratih Kemala**

Ilmu Hukum, Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Iblam

Jl. Kramat Raya No.25, RT.3/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah

Khusus Ibukota Jakarta 10450

alfarod11@gmail.com, kemala.ratih@gmail.com

### **ABSTRAK**

Persaingan usaha merupakan suatu hal yang harus ada dalam dunia usaha namun pada oknum tertentu dengan terciptanya persaingan yang ketat menimbulkan perbuatan curang untuk anti terhadap persaingan usaha itu sendiri. Dalam penelitian ini penulis mengkaji mengenai usaha industri konveksi baju melalui *e-commerce* yang menerapkan diskon harga yang ekstrim (*predatory pricing*) dengan praktik menjual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah atas suatu produk dari harga pasar dan/atau harga pokok produksi dengan tujuan untuk menyingkirkan atau mematikan pelaku usaha lain yang tentunya mengindikasikan adanya persaingan usaha tidak sehat. Namun dengan terbitnya PP Nomor 71 Tahun 2019 terdapat perluasan kriteria pelaku usaha yang menyebabkan pelaku usaha industry konveksi baju masuk kedalam kategori pelaku usaha kecil. Penegakan hukum terhadap pelaku usaha industri konveksi baju tidak dapat dilaksanakan walaupun telah melanggar Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999 karena terdapat pengecualian terhadap pelaku usaha kecil yang diatur oleh Pasal 50 huruf h UU Nomor 5 Tahun 1999.

**Kata Kunci :** Predatory Pricing, Konveksi Baju, Persaingan Usaha

### **PENDAHULUAN**

Perdagangan secara daring yang semakin berkembang di masyarakat Indonesia menyebabkan adanya pergeseran pola hidup dalam bertransaksi, bagi pelaku usaha memberikan potensi yang cukup besar untuk meraih keuntungan karena dapat menjangkau konsumen di seluruh wilayah dalam ataupun luar negeri, selain itu tingginya tingkat pengguna *e-commerce* di Indonesia juga turut menjadi faktor berkembangnya perdagangan secara daring. Penjualan produk melalui *e-commerce* dinilai lebih praktis jika dibandingkan dengan cara konvensional dan juga dapat membuat produsen dan konsumen tetap berhubungan walaupun berada di wilayah yang berbeda. (Basri Effendi, 2020).

Seiring berjalannya waktu, dengan potensi yang cukup besar banyak pelaku usaha baru yang memasuki pasar perdagangan daring sehingga menyebabkan persaingan usaha dalam perdagangan secara daring juga ikut bertumbuh dan semakin kompetitif. Persaingan usaha yang memiliki tingkat kompetitif yang tinggi dalam memperebutkan konsumen menuntut para pelaku usaha menerapkan berbagai macam strategi pemasaran dengan tujuan untuk meraup keuntungan maksimal dan juga untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya. Akibat dari persaingan usaha yang memiliki tingkat kompetitif tinggi menyebabkan beberapa pelaku usaha menetapkan harga jual yang sangat rendah dengan sengaja yang mengakibatkan tersingkirnya pelaku usaha lain yang bergerak didalam pasar yang sama dan terhambatnya pelaku usaha baru yang ingin memasuki pasar tersebut. (Rai Mantili, 2016).

Meskipun pada dasarnya dalam dunia digital ini, persaingan antar pelaku usaha adalah hal yang wajib dilakukan, karena persaingan pelaku usaha berusaha untuk

meningkatkan kualitas produk dan layanan terbaik agar lebih unggul dari para kompetitornya sehingga produknya menjadi pilihan utama konsumen. (Andi Fahmi Lubis, 2017).

Salah satu agenda pemerintah untuk meningkatkan produktivitas daya saing hingga level internasional serta menumbuhkan kemandirian ekonomi dengan fokus pada sektor-sektor strategis ekonomi, yaitu pada peran serta Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM). (Yenni Del Rosa dan Mohammad Abdilla, 2019)

Pelaku UMKM seperti konveksi baju contohnya, yang mana persaingan usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha di bidang industry konveksi baju ini berupa kualitas produk, design produk, harga yang ditawarkan, serta nilai gengsi yang telah menggantikan nilai fungsi dalam industri ini. Pelaku usaha industry konveksi baju yang memasarkan produknya di Indonesia kerap menawarkan diskon banting harga kepada konsumen khususnya selama masa pandemic Covid-19 akibat lemahnya daya beli masyarakat. (Erlangga Djumena, 2021)

Menetapkan harga jual dengan sangat rendah dengan tujuan untuk menyingkirkan atau mematikan pelaku usaha lain di pasar yang sama merupakan perbuatan *predatory pricing* atau jual rugi merupakan kegiatan yang dilarang didalam UU Nomor 5 Tahun 1999 karena dapat menyebabkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

Dalam kegiatan tersebut pelaku usaha yang melakukan *predatory pricing* berusaha untuk mempertahankan posisinya, mengungguli pelaku usaha pesaing, dan/atau membuat suatu hambatan bagi pelaku usaha yang baru akan masuk ke dalam pasar yang sama. Dalam teori ekonomi, *predatory pricing* merupakan kondisi yang menetapkan harga jual produknya berada di bawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost – ATC*). Untuk mendapatkan keuntungan pelaku usaha harus menetapkan harga jualnya berada diatas ATC atau hanya untuk menutupi biaya modalnya yang dikenal dengan *break even point* jika harga jualnya sama persis dengan ATC. (Mustapa Kamal Rokan, 2019)

Jika pelaku usaha menetapkan harga jual dibawah ATC maka hal tersebut dapat dikatakan sebagai *reasonable price* apabila harga jual nya masih berada diatas biaya variable rata-rata (*Average Variabel Cost – AVC*) selain itu perhitungan adanya *predatory pricing* juga dapat berdasarkan harga yang sangat rendah yang merupakan harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang tidak masuk akal rendahnya.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana keterkaitan praktik diskon harga pada industry konveksi baju melalui *e-commerce* dengan konsep *predatory pricing* dalam perspektif hukum persaingan usaha.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penulisan penelitian ini menggunakan tipe penelitian hukum normative yaitu suatu prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan dari sisi normatifnya. Sisi normatif disini tidak sebatas pada peraturan perundang-undangan saja. Untuk menjawab permasalahan penulis mengkaji berbagai aturan hukum yang bersifat formal seperti undang-undang dan pendapat para sarjana untuk menghasilkan argumentasi dalam menyelesaikan permasalahan hukum. Dalam penelitian ini, terdapat kaitan antara konsep hukum dengan ekonomi, yaitu persaingan usaha yang berkaitan dengan *predatory pricing* oleh pelaku usaha industry konveksi baju dalam menjalankan usahanya.

Pendekatan konseptual dalam penelitian ini tidak beranjak dari aturan hukum yang ada karena hal tersebut belum atau tidak ada aturan hukum untuk masalah yang dihadapi, sehingga harus beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengaturan Mengenai *Predatory Pricing*/Menjual Rugi Di Indonesia

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 (UU No. 5/1999) tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan salah satu *power of economic regulation*, yaitu kekuasaan pemerintah untuk mengelola pasar yang di dalamnya meliputi Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai suatu lembaga yang diberi kewenangan untuk melakukan penilaian terhadap aktifitas pelaku usaha di Indonesia. (Ratih Kemala, 2019)

Dalam Penjelasan atas UU No. 5/1999 dan ditegaskan kembali dalam Pasal 3 dari Undang-Undang tersebut, bahwa Undang- Undang Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengambil landasan kepada suatu demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 yang kristalisasinya adalah:( Munir fuadi, 1999)

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi serta melindungi konsumen.
2. Menumbuhkan iklim usaha yang kondusif melalui terciptanya persaingan usaha yang sehat, dan menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi setiap orang.
3. Mencegah praktek-praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha.
4. Menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha dalam rangka meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Jika merujuk definisi *predatory pricing* sebagai kondisi yang menetapkan harga jual produknya berada di bawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost/ATC*) bisa saja menimbulkan indikasi adanya persaingan usaha tidak sehat. Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Namun dalam UU No. 5/1999 terdapat hal-hal yang dikecualikan dari ketentuan undang-undang tersebut yang terdapat didalam Pasal khususnya dalam Pasal 50 huruf H yang menyatakan bahwa : “Yang dikecualikan dari ketentuan undang-undang ini adalah: pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil.” Pasal 50 sebagai pasal pengecualian memberikan perlindungan bagi pelaku usaha kecil dari perilaku persaingan tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha besar. Pengecualian yang terdapat didalam UU Nomor 5 Tahun 1999 khususnya terhadap pelaku usaha mikro dan usaha kecil karena pelaku usaha kecil memiliki peran yang strategis dalam membangun ekonomi negara khususnya pertumbuhan ekonomi, selain itu usaha kecil juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja sehingga menurunkan tingkat pengangguran yang ada di Indonesia.

Secara filosofis, pengecualian terhadap pelaku usaha kecil memiliki tujuan untuk memenuhi asas *level playing of field*. (Andi Fahmi Lubis. 2017) Asas *level playing of field* merupakan suatu konsep tentang keadilan yang bukan berarti setiap pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama untuk berhasil tetapi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku sama bagi setiap pelaku usaha baik dalam skala kecil maupun besar. Perlindungan itu diberikan karena dalam skala yang berbeda pelaku usaha kecil tidak akan bisa bersaing dengan pelaku usaha besar walaupun mereka bergerak di pasar yang sama sehingga pengecualian dalam UU No. 5/1999 berfungsi untuk memaksimalkan pertumbuhan bisnis yang berskala kecil.

Pengecualian tersebut memberikan implikasi terhadap dunia persaingan usaha, adanya pengecualian bagi pelaku usaha kecil menjadikan banyak pelaku usaha kecil yang beranggapan bahwa memiliki bisnis dalam skala kecil terdapat banyak manfaatnya sehingga

mereka enggan menuju dalam skala besar, padahal hal tersebut tidak sesuai dengan tujuan perekonomian Indonesia yaitu meningkatkan pendapatan negara

Pengaturan kriteria usaha kecil mengalami perluasan setelah terbitnya PP Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM sebagai peraturan turunan dari UU Cipta Kerja. Kriteria modal usaha bagi usaha mikro dan usaha kecil menurut Pasal 35 ayat (3) PP Nomor 7 Tahun 2021 yaitu sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- b. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;

Namun, terdapat pengecualian untuk tidak memakai kriteria modal usaha, sehingga terhadap pengecualian tersebut kriteria yang digunakan yaitu kriteria hasil penjualan tahunan sebagaimana terdapat didalam Pasal 35 ayat (5) PP Nomor 7 Tahun 2021 yang menyatakan :

- a. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan Paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
- b. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan Paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah);

Dengan adanya perubahan pengaturan kriteria usaha mikro dan usaha kecil yang terdapat dalam PP Nomor 71 Tahun 2019 memberikan dampak bagi pengecualian Pasal 50 huruf h UU Nomor 5 Tahun 1999 yaitu pelaku usaha yang dikecualikan menjadi semakin luas, yang dahulu dikategorikan sebagai pelaku usaha besar sekarang menjadi pelaku usaha menengah kemudian yang sebelumnya digolongkan pelaku usaha menengah menjadi pelaku usaha kecil dan yang dahulu digolongkan pelaku usaha kecil saat ini menjadi pelaku usaha mikro. Hal tersebut mengakibatkan pelaku usaha industri konveksi baju menjadi pelaku usaha yang dikecualikan oleh UU No. 5/1999 sehingga penegakan hukum tidak dapat dilakukan walaupun pelaku usaha tersebut melakukan praktik *predatory pricing*.

Berkaitan dengan pemenuhan asas *level playing field*, pengecualian pelaku usaha kecil dari UU Nomor 5 Tahun 1999 harus dikaji berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini. Pada dasarnya asas *level playing field* dapat mengganggu keseimbangan dunia bisnis di Indonesia karena persaingan muncul dari pelaku usaha yang beragam maka dari itu terdapat kesulitan untuk menerapkan aturan yang sama. Sehingga Pemerintah harus menerima fenomena perubahan besar yang terjadi karena beberapa hal seperti halnya pelaku usaha *incumbent* akan merasakan ketidakadilan karena pelaku usaha baru dalam skala mikro maupun kecil tidak dibatasi atau dibebani dengan segala macam aturan yang selama ini mengatur atau "memberikan beban" kepada pelaku usaha yang tidak dikecualikan sehingga asas *level playing of field* harus dikesampingkan karena ketika pelaku usaha besar melakukan perbuatan *predatory pricing* akibatnya dapat dijerat dengan Pasal 20 UU No. 5/1999 sedangkan apabila pelaku usaha "kecil" yang melakukan *predatory pricing* tidak dapat dijerat dengan pasal yang sama.

Ketentuan-ketentuan lain yang terdapat didalam UU Nomor 5 Tahun 1999 padahal akibat dari perilaku *predatory pricing* oleh pelaku usaha kecil dapat menimbulkan kerugian yang massif, seperti halnya yang dialami oleh petani-petani di Indonesia yang mengalami kerugian akibat disparitas harga yang dilakukan oleh sekelompok usaha tertentu yang mencari keuntungan besar tanpa "keringat" dari penderitaan yang dialami petani selaku produsen, hal ini mengakibatkan petani-petani mengalami kerugian yang cukup besar akibat penerapannya perbedaan harga jual yang sangat signifikan atas suatu harga komoditas bahan pokok tertentu. (Kementerian Pertanian RI, 2022)

Salah satu solusi menurut penulis yaitu dengan menerapkan pengecualian ketentuan UU Nomor 5 Tahun 1999 hanya kepada pelaku usaha mikro dan apabila solusi pertama tidak

mampu dilaksanakan maka solusi yang kedua yaitu dengan membuat pengaturan terhadap pelaku usaha kecil dan pelaku usaha mikro sebagai *rule of game* dalam menjalani kegiatan usahanya agar terciptanya persaingan usaha yang kondusif bagi setiap pihak yang diatur didalam UU Nomor 5 Tahun 1999.

## **2. Praktik Diskon Harga Pada Industri Konveksi Baju Melalui E-Commerce Dengan Konsep Predatory Pricing Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha.**

Salah satu variable yang sangat penting dan sensitive bagi konsumen yaitu harga karena merupakan pertimbangan pertama bagi konsumen untuk membeli suatu produk atau tidak Menurut professor pemasaran Philip Kotler bahwa yang dimaksud dengan harga adalah “jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli” Dari pengertian tersebut memiliki arti bahwa harga merupakan suatu nilai tukar yang sama dengan barang untuk mendapatkan manfaat yang diperoleh dari barang tersebut. Penetapan harga produk sangat penting bagi pelaku usaha untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu menciptakan laba dari penjualan produknya. Dalam menentukan penetapan harga, strategi penetapan harga sangat dibutuhkan untuk mencapai konsumen secara tepat dan juga dibutuhkan adanya strategi pemasaran yang baik.

Diskon harga memiliki pengertian sebagai suatu pengurangan harga yang dikenakan atas sesuatu barang atau jasa oleh pemasok kepada pelanggan (Winarno, 2003) Sedangkan menurut Soemarno, potongan harga merupakan salah satu strategi bisnis yang diterapkan oleh para pelaku bisnis. Strategi potongan harga diberlakukan dengan tujuan utama perputaran uang perusahaan tetap terjaga. Perputaran uang yang dinamis, perusahaan dapat membiayai biaya operasional dan biaya tenaga kerja. (Soemarso, 2002)

Pada dasarnya, diskon harga merupakan strategi yang tidak dilarang jika harga yang diberikan masih dalam kategori *reasonable price* atau harga yang wajar pernyataan ini didukung dengan adanya Pasal 24 Permendag Nomor 50 Tahun 2020 yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dalam perdagangan melalui system elektronik atau *e-commerce* dapat memberikan diskon harga sebagai bentuk fasilitas kepada konsumen. Penggunaan strategi diskon harga yang dilakukan secara serentak oleh pelaku usaha industry konveksi baju merupakan dampak dari pandemic Covid-19 yang menyebabkan daya beli konsumen melemah karena pendapatan yang menurun. Menurut Sekretaris Eksekutif Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (PC-PEN) Raden Pardede menyatakan bahwa indicator pendapatan masyarakat menurun dapat terlihat dari penurunan perdagangan dalam industry retail serta penurunan produksi usaha. (Erlangga Djumena, 2021)

Oleh karena itu, penggunaan strategi diskon harga dianggap sebagai solusi bagi pelaku usaha untuk tetap mempertahankan bisnisnya terutama di masa pandemic seperti ini. Namun, banyak pelaku usaha yang melakukan diskon harga secara ekstrim sehingga harga produknya menjadi sangat rendah. Penetapan harga yang sangat rendah melalui adanya diskon harga oleh pelaku usaha industry konveksi baju mengakibatkan adanya hambatan bagi pelaku usaha pesaing ataupun pelaku usaha baru.

Pengaturan diskon harga berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 terdapat didalam Pasal 15 yang menyebutkan bahwa “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian mengenai harga atau potongan harga tertentu atas barang dan atau jasa, yang memuat persyaratan bahwa pelaku usaha yang menerima barang dan atau jasa dari pelaku usaha pemasok...”. Diskon harga berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 termasuk kedalam kategori perjanjian yang dilarang apabila dilakukan oleh pelaku usaha pemasok dan penerima barang yang dapat mengakibatkan adanya persaingan usaha tidak sehat.

UU Nomor 5 Tahun 1999 tidak melarang pelaku usaha untuk melakukan kegiatan diskon harga kecuali diskon harga tersebut sebagai bagian dari perjanjian yang dilakukan

bersama sama dengan pelaku usaha lain. Penggunaan praktik diskon harga dalam industry konveksi baju yang mengakibatkan terlalu rendahnya harga produk baju grafis bukan merupakan bagian dari suatu perjanjian, melainkan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha sehingga penggunaan praktik diskon harga dalam industry konveksi baju tidak dilarang oleh UU Nomor 5 Tahun 1999 melainkan akibat dari diskon harga tersebutlah yang dilarang karena penetapan harga yang terlalu rendah melalui diskon harga yang berkaitan dengan Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999 yang menyebutkan bahwa “Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Di masa digitalisasi saat ini, dengan banyaknya jenis *e-commerce* memiliki dampak yang memudahkan konsumen untuk memilih produk sesuai dengan keinginannya, akibat dari kemudahan tersebut yaitu banyak pelaku usaha mengambil kesempatan untuk mendapatkan keuntungan sehingga persaingan dalam sector konveksi baju semakin ketat. Industry konveksi baju merupakan usaha yang bergerak dalam hal pembuatan pakaian secara massal baik dilakukan secara mandiri ataupun melalui perjanjian kerjasama dengan pihak ketiga selaku vendor.

Sedangkan penggolongan *e-commerce* berdasarkan sifat transaksinya dapat dibedakan menjadi 7 jenis yaitu sebagai berikut: (Imam Lukito, 2017)

No	Nama	Penjelasan	Contoh
1	<i>Business to business (B2B)</i>	transaksi yang dilakukan oleh perusahaan dengan perusahaan lainnya	Bizzy.co.id dan ralali.com
2	<i>Business to consumer (B2C)</i>	pelaku usaha (produsen) langsung berinteraksi dengan pembeli sebagai konsumen akhir ( <i>individual buyer</i> )	Reclays.id , jackhammer.co.id , melo.co.id
3	<i>Consumer to business (C2B)</i>	transaksi elektronik oleh pelaku usaha individual dengan satu atau beberapa perusahaan	Priceline.com , freelancer.com
4	<i>Consumer to consumer (C2C)</i>	transaksi elektronik yang dilakukan oleh konsumen dengan konsumen lainnya	Bukalapak, Tokopedia, Shopee.
5.	<i>Business to administration (B2A)</i>	transaksi elektronik yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan administrasi public (pemerintah)	Pajak.go.id, bpjs-online.com
6.	<i>Consumer to administration (C2A)</i>	transaksi elektronik yang dilakukan oleh individu dengan administrasi public (pemerintah)	Pajak.go.id, bpjs-online.com
7	<i>Online to offline (O2O)</i>	<i>e-commerce</i> hanya sebagai tempat untuk menampilkan secara detail barang/jasanya sedangkan transaksinya dilakukan secara <i>offline</i> atau tatap muka.	Alfacart.com , mataharimall.com, klikindomaret.com

Berkaitan dengan *predatory pricing*, jika dilihat dari pihak-pihak yang terdapat pada jenis-jenis *e-commerce* diatas *predatory pricing* dapat terjadi pada jenis *e-commerce* B2B,

B2C, C2B, C2C dan O2O sedangkan dalam jenis *e-commerce* B2A dan C2A tidak mungkin adanya perilaku *predatory pricing* karena dalam kedua jenis *e-commerce* itu pelaku usaha atau individu langsung berhubungan dengan pemerintah yang merepresentasikan suatu negara. Pada prinsipnya, konsumen dalam hukum persaingan usaha tidak hanya konsumen akhir (*individual buyer*) saja melainkan konsumen yang juga sebagai pelaku usaha berbeda dengan pengertian konsumen yang terdapat dalam hukum perlindungan konsumen yang diartikan sebagai konsumen akhir (*individual buyer*).

Dalam hal ini, *e-commerce* yang digunakan oleh pelaku usaha industri konveksi baju yang menjadi subjek dari penulisan ini berjenis *Business to Consumer* (b2c), dalam melakukan transaksi produsen langsung berhubungan dengan konsumen tanpa melalui pihak ketiga. Jenis *e-commerce Business to Consumer* merupakan toko retail dalam dunia *virtual* yang memiliki produk eceran untuk dijual dan juga gudang untuk stok barang, yang membedakan dengan toko retail biasa yaitu proses transaksi yang dilakukan secara online dan juga melalui *e-commerce business to consumer* proses perdagangan menjadi lebih mudah, dinamis dan cepat berkembang. (Mekari, 2021)

### **Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Industri Konveksi Baju Yang Melakukan Predatory Pricing**

Penegakan hukum merupakan proses dilakukannya upaya untuk menegakkan fungsi norma-norma hukum sebagai landasan berperilaku dalam hubungan-hubungan hukum dalam kehidupan bermasyarakat. (Mekari, 2021) Penegakan hukum untuk mengharmonisasikan norma yang terkandung didalam peraturan perundang-undangan dan realita yang terjadi atau yang dikenal dengan sebutan hukum acara.

Dengan dilakukan pengawasan dari pelaksanaan implementasi suatu aturan juga merupakan salah satu bentuk penegakan hukum. Dalam penegakan hukum terkandung upaya untuk melaksanakan ketentuan hukum sebagaimana mestinya, mengawasi implementasi peraturan perundang-undangan agar tidak terjadi pelanggaran dan apabila terdapat pelanggaran maka pihak lain sebagai aparat penegak hukum berfungsi untuk memulihkan agar kembali pada kondisi idealnya sebagaimana tujuan dari dibentuknya hukum dapat terwujud dengan baik. (Elisatriis Gultom, 2019)

Pada dasarnya perdagangan melalui *e-commerce* memiliki potensi yang cukup besar untuk terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Pelaku usaha yang berskala besar memiliki *market power* yang cukup besar pula yang dapat mengendalikan pasar atau bahkan menciptakan hambatan bagi pelaku usaha lain. Saat ini penjualan produk dilakukan melalui berbagai macam cara untuk menarik konsumen, salah satu cara terefektif dan efisien yaitu melalui *e-commerce*.

Ketentuan yang terdapat didalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memang sudah baik dalam mengatur terkait hukum persaingan usaha di Indonesia, namun UU tersebut masih mengacu pada perdagangan secara konvensional. Perdagangan yang dilakukan secara *online* belum diatur secara eksplisit oleh UU Nomor 5 Tahun 1999. Namun, apabila ditinjau secara menyeluruh terkait dengan wewenang dan tugas KPPU turut memberikan kewenangan untuk mengawasi setiap kegiatan usaha di Indonesia termasuk usaha yang terdapat didalam platform digital. Untuk mengawasi tersebut, KPPU telah mempunyai Deputi Pencegahan yang bertugas mengawasi bisnis didalam platform digital agar tidak terjadi perilaku diskriminatif. Dalam hal ini, KPPU sebagai lembaga negara yang memiliki kontrol terhadap persaingan usaha bertindak sebagai wasit yang mengawasi jalannya proses bisnis dan persaingan usaha dalam industri *e-commerce*. (KPPU, 2018)

Pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya harus berpedoman pada UU Nomor 5 Tahun 1999 agar kondisi persaingan usaha di Indonesia menjadi sehat dan teratur

serta sesuai dengan tujuan perekonomian negara yaitu meningkatkan pendapatan perkapita negara, meningkatkan taraf hidup masyarakat serta menciptakan keadilan dan kemakmuran bagi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, apabila terdapat perbuatan menyimpang yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya, maka perlunya penegakan hukum untuk mengatasi hal tersebut.

Jika dikaitkan dengan pelaku usaha industry konveksi baju yang diduga melakukan praktik *predatory pricing* melalui *e-commerce* sehingga melanggar ketentuan Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999 terhadap perbuatan tersebut dapat dikenakan sanksi sebagaimana tercantum didalam Pasal 48 ayat (2) UU Nomor 5 Tahun 1999: “Pelanggaran terhadap...Pasal 20... undang-undang ini diancam dengan pidana denda serendah-rendahnya 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan”.

## **KESIMPULAN**

Persaingan usaha yang ketat dalam dunia usaha digital mengakibatkan pelaku usaha industry konveksi baju melalui *e-commerce* menerapkan strategi berupa diskon harga. Walaupun diskon harga tidak dilarang oleh UU Nomor 5 Tahun 1999 namun diskon harga sebagai kedok untuk menarik konsumen memiliki akibat yang merugikan pelaku usaha lain sehingga setelah adanya diskon harga jualnya menjadi sangat rendah dan dapat dikategorikan sebagai perilaku *predatory pricing* karena penentuan harga dalam *website e-commerce* sebagai media penjualannya dilakukan oleh pelaku usaha. Sehingga, Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999 dapat diterapkan pada perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha industry konveksi baju melalui *e-commerce*. Dengan terbitnya PP Nomor 71 Tahun 2019 terdapat perluasan kriteria pelaku usaha yang menyebabkan pelaku usaha industry konveksi baju masuk kedalam kategori pelaku usaha kecil dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha industry konveksi baju tidak dapat dilaksanakan walaupun telah melanggar Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999 karena terdapat pengecualian terhadap pelaku usaha kecil yang diatur oleh Pasal 50 huruf h UU Nomor 5 Tahun 1999.

Untuk memecahkan permasalahan ini solusi maka yang dapat diterapkan menurut penulis yang pertama yaitu dengan menerapkan pengecualian ketentuan UU Nomor 5 Tahun 1999 hanya kepada pelaku usaha mikro dan apabila solusi pertama tidak mampu dilaksanakan maka solusi yang kedua yaitu dengan membuat pengaturan terhadap pelaku usaha kecil dan pelaku usaha mikro sebagai *rule of game* dalam menjalani kegiatan usahanya agar terciptanya persaingan usaha yang kondusif bagi setiap pihak yang diatur didalam UU Nomor 5 Tahun 1999.

## **REFERENSI**

- Andi Fahmi Lubis, et. al., *Hukum Persaingan Usaha (Buku Teks)*, Edisi Kedua, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta, 2017.
- Basri Effendi, “*Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat*,” *Syiah Kuala Law Journal* Vol. 4 No.1.
- Elisatris Gultom, *Penegakan Hukum Dalam Kegiatan Ekonomi Di Indonesia*, Bandung: Logoz Publishing, 2019.
- Erlangga Djumena, “*Dampak Pandemi Covid-19, Pemerintah Akui Daya Beli Melemah*” dalam <https://money.kompas.com/read/2020/10/06/050800026/dampak-pandemi-covid-19-pemerintah-akui-daya-beli-masyarakat-melemah> diakses pada 25 November 2021.

- Imam Lukito, “Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce,” *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* Vol.11, No. 3, 2017.
- Kementerian Pertanian RI, “*Mencari Untung antara Petani dan Konsumen*” dalam <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=2131> diakses pada 21 Januari 2022
- KPPU, “*Meraup Pasar E-Commerce*” Majalah Kompetisi Edisi 62/2018, Jakarta, 2018.
- Mustapa Kamal Rokan, “*Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, Rajawali Pers, Depok, 2019.
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011.
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- Rai Mantili, et.al., “Problematika Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dalam Rangka Menciptakan Kepastian Hukum” *Padjajaran Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 3 No.1, 2016.
- Ratih Kemala, Pelaksanaan Perjanjian Kerjasama Operasi (Kso) Antara Pt. Garuda Indonesia Tbk Dan Pt. Sriwijaya Group Dalam Perspektif Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, *Pakuan Law Review* Volume 5, Nomor 2, Juli-Desember 2019 e-ISSN:2614-1485.
- Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar*, Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Winarno, *Kamus Besar Ekonomi*, Pustaka Grafia, Bandung, 2003.