

DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v4i4>

Diterima: 15/05/2022, Diperbaiki: 31/05/2022, Diterbitkan: 01/06/2022

ANALISIS DUGAAN PRAKTEK JUAL RUGI PRODUK IMPOR MELALUI SITUS E-COMMERCE SHOPEE

Adinda Suci Rahayu¹, Suherman²

¹) Fakultas Hukum UPN Veteran Jakarta, Jakarta Selatan, Indonesia.

Email: adindasucir@upnvj.ac.id

²) Fakultas Hukum UPN Veteran Jakarta, Jakarta Selatan, Indonesia.

Email: suherman@upnvj.ac.id

Corresponding Author: Suherman

ABSTRACT

Technology that is increasingly developing brings about a variety of changes in people's lives, one of which is in the trade sector. The changes in the trade sector have been marked by the advent of e-commerce, which has greatly benefited the community in terms of facilitating buying and selling transactions. Unfortunately, this change has also created some problems related to business competition, such as the alleged of predatory pricing by imported products on the e-commerce site Shopee, as described in Article 20 No. 5 of 1999 regarding Prohibition of Monopoly and Unfair Business Practices. The purpose of this study is to determine the truth behind the phenomenon of selling-buying practices and how the measures taken by the Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Since this is a qualitative study using the normative jurisprudential method, the sources used come from both library data and primary, secondary, and tertiary legal materials. The results of this study state that foreign businesses selling inexpensive imported goods on the e-commerce site Shopee do not practice deficit selling. Despite the prices of the imported products listed are cheaper than the local products, but there are factors that basically affect those prices. In addition, this approach does not satisfy the monopoly factor. Moreover, the first action was taken by the KPPU was to discuss the matter with the government, which has prepared several steps for the future.

Keywords: *Predatory Pricing, Imported Products, KPPU*

ABSTRAK

Teknologi yang semakin berkembang membuat banyak perubahan pada kehidupan masyarakat, salah satunya pada bidang perdagangan. Perubahan dalam bidang perdagangan ditandai dengan kemuculan dari e-commerce yang membantu masyarakat dalam hal kemudahan melakukan transaksi jual beli. Namun sayangnya perubahan tersebut juga menimbulkan permasalahan terkait persaingan usaha seperti adanya dugaan praktek jual rugi yang tercantum dalam Pasal 20 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha

Tidak Sehat oleh produk impor di situs *e-commerce* Shopee. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pembuktian dari fenomena praktek jual rugi tersebut dan bagaimana langkah Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam upaya pencegahan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode normative yuridis, sehingga sumber yang digunakan berasal dari data kepustakaan, baik sumber hukum primer, sekunder, maupun tersier. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa pelaku usaha asing yang menjual produk impor murah di situs *e-commerce* Shopee tidak melakukan praktek jual rugi. Hal ini dikarenakan meskipun harga produk impor yang dicantumkan lebih murah dibanding produk lokal, namun pada dasarnya terdapat faktor yang dapat mempengaruhi harga. Selain itu praktek tersebut juga tidak memenuhi unsur Pasal jual rugi. Selanjutnya terkait fenomena tersebut, pencegahan dan tindakan awal yang dilakukan oleh KPPU adalah melakukan diskusi dengan pemerintah dan sudah menyiapkan beberapa langkah kedepannya.

Kata Kunci: Praktek Jual Rugi, Produk impor, KPPU

PENDAHULUAN

Globalisasi adalah suatu aktivitas diberbagai bidang yang menjadi kekuatan pasar bagi negara-negara diseluruh dunia yang semakin terintegrasi dan tidak terbatas pada garis teritorial suatu negara.¹ Pengaruh nyata yang terlihat akibat munculnya globalisasi tersebut dapat dirasakan pada perkembangan dalam aspek perdagangan. Sejak berkembangnya teknologi dibidang perdagangan, yang ditandai oleh kemuculan *e-commerce*, telah membuka pangsa pasar yang luas bukan hanya bagi para pelaku usaha dalam negeri saja melainkan juga menguntungkan para pelaku usaha luar negeri pula. Namun terkadang produk yang diimpor dari luar negeri justru lebih murah dibandingkan dengan produk buatan lokal. Sehingga dengan harga barang impor yang murah, diskon yang besar, hingga ongkos kirim gratis membuat daya saing semakin ketat dan menciptakan hambatan baru bagi produsen lokal dalam memasarkan produknya dalam negeri sendiri. Dugaan praktek jual rugi pun menjadi ramai diperbincangkan.

Dugaan Praktek jual rugi ini muncul sejak Menteri Perdagangan, Muhammad Luthfi, mengatakan bahwa terdapat kematian bisnis UMKM asal Indonesia pada tahun 2019, yang bergerak di bisnis fashion muslim, yang mati akibat adanya dugaan praktek jual rugi dari pelaku usaha asing.² Beberapa situs *e-commerce* juga banyak yang dikaitkan dalam fenomena ini, salah satunya adalah Shopee. Pada Awal 2021 lalu terdapat pelaku usaha asal China, bernama Mr. Hu, yang diduga melakukan praktek jual rugi karena menawarkan harga yang sangat murah terhadap produknya jika dibandingkan dengan produk Lokal Indonesia. Sebagaimana yang pernah diungkapkan oleh dr. Tirtha Mandira Hudhi, untuk batik yang biasa dijual dengan harga Rp 100.000 di UMKM lokal, namun melalui Mr. Hu batik print dari China hanya dihargai sebesar Rp 35.000/ 2 pcs.³ Sehingga hal ini dikhawatirkan dapat membunuh UMKM lokal asal Indonesia. Praktek jual rugi sendiri pada dasarnya memang sudah dilarang dalam Pasal 20

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

2 <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210305141728-4-228137/apa-itu-predatory-pricing-yang-disebut-jokowi-bunuh-umkm> diakses pada tanggal 13 September 2021 pukul 17.50 WIB.

3 <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5378769/3-fakta-mr-hu-sosok-di-balik-sellerasingbunuhumkm> diakses pada tanggal 19 September 2021 pukul 18.08 WIB.

Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal tersebut menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk pelaku usaha dilarang untuk melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Namun karena payung hukum terkait perdagangan elektronik belum sepenuhnya terwadahi, maka hal tersebut menjadi suatu permasalahan.

Adapun hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini adalah berjudul, “Dugaan Praktek Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Dalam Industri Telekomunikasi Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat” oleh Adiwidya Imam Rahayu. Dalam penelitian tersebut lebih membahas mengenai dugaan praktek jual rugi di industri telekomunikasi di Indonesia. *Kedua*, Jurnal yang berjudul “Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha” oleh Rezmia Febrina. Dalam jurnal tersebut lebih membahas dampak dari adanya perbuatan kegiatan jual rugi dan bagaimana hubungannya dengan pasal 5 dan pasal 8 mengenai penetapan harga yang terdapat pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Ketiga*, Jurnal yang berjudul “Praktek Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha” oleh I Dw Gd Riski Mada dan A.A Sri Indrawati. Dalam jurnal ini lebih membahas mengenai dampak dari perbuatan praktek jual rugi dari jangka pendek hingga jangka panjang, serta bagaimana akibat hukum yang akan terjadi terhadap pelaku usaha yang telah melakukan kegiatan jual rugi ini di pasar. Dimana penelitian diatas berbeda dengan penelitian ini yang mana penelitian ini berfokus pada analisis terhadap contoh kasus praktek jual rugi (*predatory pricing*) yang dilakukan oleh pelaku usaha asing khususnya di situs *e-commerce* Shopee dan juga memaparkan bagaimana peran KPPU dalam upaya pencegahan terkait dengan permasalahan tersebut.

Terkait permasalahan praktek jual rugi memang masih terbilang jarang di Indonesia. Namun nyatanya terdapat beberapa penelitian hukum yang turut membahas dan ikut serta memberikan hasil pikiran dan pandangan mereka. Sehingga untuk itu tulisan ini dibuat dengan tujuan agar dapat melengkapi tulisan-tulisan sebelumnya sekaligus memberikan gambaran serta argumentasi mengenai praktek jual rugi di lingkup perdagangan elektronik atau *e-commerce* oleh pelaku usaha asing. Penelitian ini ditulis dengan maksud untuk memberikan suatu perspektif dalam mencari kebenaran sekaligus pembuktian terkait dugaan praktek jual rugi oleh produk impor di situs *e-commerce* Shopee serta untuk lebih memahami bagaimana peran KPPU dalam melakukan pencegahan terkait fenomena tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dari penelitian ini adalah pertama, analisa praktek jual rugi sebagaimana Pasal 20 Undang-Undang Republik Indonesia No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap produk

impor murah di situs *e-commerce* Shopee. Kedua, Bagaimana peran KPPU dalam upaya pencegahan terhadap praktek jual rugi oleh produk impor di situs *e-commerce* Shopee.

METODE PENELITIAN

Penelitian hukum ini bersifat yuridis nomatif. Jenis penelitian ini dipilih dengan mempertimbangkan untuk memfokuskan penelitian pada norma-norma kaidah beserta asas-asas mengenai hukum sebagaimana yang tercantum dalam peraturan perundang undangan, putusan dari pengadilan, maupun norma hukum lainnya yang terdapat dan berlaku di lingkungan masyarakat. Dimana penelitian akan dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka atau bahan sekunder dengan metode pengumpulan kepustakaan (*library research*) yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas yaitu praktek jual rugi oleh produk impor. Sedangkan metode pendekatannya akan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*). Pendekatan ini akan mengidentifikasi adakah kesesuaian antara praktek yang dilakukan dengan larangan pada Pasal 20 Undang-undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Selanjutnya dalam menyusun penelitian penulis menggunakan tiga sumber bahan hukum yaitu Pertama, bahan hukum primer yang terdiri dari UU No.5 Tahun 1999 tentang Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat; Peraturan KPPU Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (jual rugi), PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik; dan Peraturan KPPU No. 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Kedua, bahan hukum sekunder yang berasal dari buku serta jurnal terkait. Dan ketiga bahan hukum tersier yang berasal dari internet. Seluruh data yang telah dikumpulkan tersebut akan dikelola secara sistematis untuk selanjutnya dianalisa secara kualitatif guna mencapai kejelasan terkait permasalahan yang akan dibahas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Praktek Jual Rugi Yang Terjadi di Indonesia

Praktek jual rugi ini sejak dahulu juga telah banyak diperbincangkan dimasyarakat. Contoh kasus dari praktek jual rugi seperti kasus pada kedua perusahaan transportasi yang menjalankan usahanya di Indonesia, yaitu Gojek dan Grab. Pada tahun 2019 muncul isu bahwa kedua jasa transportasi online ini telah melakukan praktek jual rugi. Dimana saat awal masa kejayaan munculnya jasa transportasi online, banyak perusahaan lain yang menawarkan jasa serupa dengan Gojek dan Grab seperti Uber, Call Jack, Ojekkoe, Topjek, OjekArgo, Taxi Motor, Ladyjek, Bangjek, Blujek, Smartjek, dan lain sebagainya. Namun karena persaingan yang semakin ketat, haya Gojek dan Grab yang dapat bertahan.⁴ Dengan adanya kasus tersebut, yang diduga merupakan salah satu indikasi dari terjadinya praktek jual rugi, maka pada tanggal 2

⁴ <https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/5e9a518358779/praktek-predatory-pricing-di-ojek-online> diakses pada tanggal 12 Desember 2021 pukul 13.50 WIB.

September 2019 ditetapkan Keputusan Menteri Perhubungan No 348 Tahun 2019 tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Penggunaan Sepeda Motor Yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat Yang Dilakukan Dengan Aplikasi. Aturan tersebut menetapkan tarif ojek online agar tidak terjadi permainan harga.

Kasus praktek jual rugi lainnya juga pernah menjerat salah satu perusahaan besar di Indonesia yaitu PT. semen conch South Kalimantan Cement. Menurut data yang terdapat di lapangan, PT Semen Conch China ini telah melakukan penjualan terhadap produknya dengan harga yang terbilang murah jika dibandingkan dengan harga yang diterapkan oleh pesaingnya. Misalnya saja untuk produk semen CONCH dengan ukuran 40 kg dijual dengan harga hanya Rp.34.300 per sak. Sementara jika dibandingkan dengan produk semen milik lokal yaitu Tiga Roda dengan ukuran yang sama dijual dengan harga Rp.39.800 per sak. Pada akhirnya atas perbuatan PT Conch South Kalimantan Cement tersebut, dalam putusan KPPU yang dibacakan pada tanggal 15 Januari 2021, Majelis Komisi yang menangani Perkara No. 03/KPPU-L/2020 memberikan putusan yang menyatakan bahwa pada dasarnya PT Conch South Kalimantan Cement memang telah terbukti secara sah dan diyakinkan telah melakukan praktek jual rugi sehingga dikenai hukuman denda administratif sebanyak Rp22.352.000.000.⁵

Praktek jual rugi memang pada umumnya lebih banyak dilakukan oleh perusahaan yang notabene besar dan memiliki posisi dominan. Namun tidak bisa kita abaikan bahwa praktek ini juga dapat dilakukan oleh pelaku usaha kecil di lingkup masyarakat. Contohnya saja dalam penelitian yang dilakukan oleh Adelina Nasution dalam jurnal Syariah dan Hukum yang menganalisa adanya praktek jual rugi yang dilakukan oleh usaha fotocopy di lingkungan Kampus IAIN. Praktek Jual rugi yang dilakukan oleh usaha fotocopy baru di lingkungan IAIN Langsa dianggap memunculkan ketidakadilan yang dirasakan oleh pelaku usaha fotocopy lainnya, terutama pelaku usaha yang sudah lama bermain di pasar tersebut. Terdapatnya bantingan harga yang dilakukan oleh pesaing baru telah merugikan pelaku usaha lama.⁶

Kompetisi Antar Pelaku Usaha di situs E-Commerce

Berdasarkan Survei *E-Commerce* 2020 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik, menyatakan bahwa pada setiap tahunnya telah terjadi peningkatan jumlah usaha yang baru beroperasi.⁷ Sehingga semakin banyak jumlah pelaku usaha yang masuk dalam situs *e-commerce*, maka semakin ketat pula daya saing yang timbul antara pelaku usaha. Namun sayangnya pelaku usaha tersebut bukan berasal dari pelaku usaha lokal saja, melainkan dapat pula berasal dari pelaku usaha asing. Kementerian Perindustrian bahkan memberikan pernyataan bahwa kurang lebih sebesar 90% dari keseluruhan produk yang ada disitus *e-commerce* di negara Indonesia merupakan produk yang didatangkan dari negara lain.

⁵ <https://kppu.go.id/blog/2021/08/putusan-kppu-atas-pt-conch-south-kalimantan-cement-dikuatkan-mahkamah-agung/> diakses pada tanggal 30 November 2021 pukul 14.20 WIB.

⁶ Nasution Adelina, 2019, *Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus IAIN Langsa (Perspektif UU No. 5 Tahun 1999 dan Fiqh)*, Jurnal Syariah dan Hukum Vol 1 No.1, DOI: <http://dx.doi.org/10.30821/taqin.v1i1.4882>

⁷ Badan Pusat Statistik, 2020, *Statistik E-commerce 2020*, Badan Pusat Statistik, Yogyakarta, hlm.12.

Setidaknya saat ini terdapat tiga *platform e-commerce* besar di Indonesia yang menawarkan kemudahan dengan menyediakan fasilitas bagi penjual asing untuk turut menjajakan produknya melalui platform mereka di Indonesia. Seperti Lazada yang memiliki laman khusus dengan *e-commerce* terbesar di Cina, yaitu Taobao, Shopee yang terdapatnya akses untuk melakukan transaksi secara global dan juga *platform* JD.ID yang melakukan kerjasama dengan pihak luar yaitu Jingdong. Bahkan salah satu marketplace milik BUMN yaitu Blanja.com juga memberikan fasilitas kepada pembeli yang ada di Indonesia untuk melakukan transaksi perdagangan di E-Bay Amerika Serikat melalui laman yang disediakan oleh mereka. Tidak sampai disitu, bahkan pembeli individu dapat secara langsung mengimpor produk dari *platform e-commerce* asing seperti AliExpress, Taobao, dan Banggood dari Tiongkok, Amazon dan E-Bay dari Amerika Serikat, Rakuten dan Amazon dari Jepang, dan lain sebagainya.

Potensi Pelanggaran di Situs *E-commerce* dalam Perspektif Persaingan Usaha

Selain dapat memberikan manfaat yang besar, kemunculan *e-commerce* juga dapat menimbulkan berbagai kerugian. Kerugian ini dapat dilihat dari potensi pelanggaran yang dapat terjadi. Beberapa contoh potensi yang dapat ditimbulkan terkait adanya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam situs *e-commerce* yaitu: Pertama, potensi terjadinya monopoli digital apabila terdapat provider besar yang mempunyai kekuatan pasar yang sedemikian rupa lebih besar, sehingga dapat melakukan control terhadap pasar dan melakukan *entry barrier*.⁸ Kedua adalah potensi terjadinya *predatory pricing* atau praktek jual rugi yang dilakukan oleh suatu pelaku usaha terhadap barang/jasa yang ditawarkan ke pasar.⁹ Ketiga potensi adanya kekuatan *lock-in platform e-commerce* dengan adanya munculnya dari kebijakan yang diterapkan oleh yang berskala besar.¹⁰ Keempat, apabila perusahaan mempunyai peran ganda sebagai penyedia *platform* dan sekaligus sebagai pengguna *platform* maka dapat memicu integrasi vertikal. Potensi munculnya kolusi diam-diam.¹¹

Tidak hanya itu, potensi pelanggaran lainnya terkait persaingan usaha di situs *e-commerce* juga datang dari regulasi yang dibuat oleh pemerintah. Dimana dalam ketentuan UU Nomor 5 tahun 1999 tidak mengadopsi prinsip ekstrateritorialitas sehingga sulit dilakukan penegakan apabila terdapat transaksi lintas negara.¹² Jika melihat keberadaan adanya potensi-potensi terkait persaingan usaha tersebut, maka pada dasarnya telah mengindikasikan bahwa diperlukan suatu aturan khusus untuk memberikan arahan terkait hukum persaingan usaha Indonesia mengenai *e-commerce*. UU No. 5 Tahun 1999 dirasa tidak cukup dalam memenuhi

⁸ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2018, *Meraup Pasar E-Commerce*, Edisi 62, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta, hlm.26.

⁹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2020, *Menyoroti Industri Ekonomi Digital*, Edisi 2, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta, hlm 29.

¹⁰ *Ibid*

¹¹ *Ibid*

¹² Asti Rachma Amalya, 2020, *Prinsip Ekstrateritorial Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha*, Jurnal Ilmiah Mandala Education, Vol.6 No.1, DOI: <http://dx.doi.org/10.36312/jime.v6i1.1125>

kebutuhan hukum yang lebih mengatur terhadap hubungan persaingan usaha yang berdimensi pada fisik daripada yang berdimensi secara *elektronik* atau *online*.¹³

PEMBAHASAN

Praktek Jual Rugi Sebagaimana Pasal 20 Undang-Undang Republik Indonesia No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Produk Impor Murah di Situs *E-Commerce* Shopee

1. Permasalahan Praktek Jual Rugi di Situs *E-Commerce* Shopee

Perkembangan transaksi *e-commerce* tidak dapat terlepas dari laju pertumbuhan internet yang terus terjadi setiap saatnya. Pada transaksi *e-commerce*, media yang dipergunakan adalah media elektronik, sehingga kontrak jual beli yang disepakati terjadi melalui *online*.¹⁴ Selain memberikan banyak manfaat, *e-commerce* rupanya dapat pula menimbulkan banyak permasalahan khususnya di bidang persaingan usaha. Menurut Menteri Perdagangan, Muhammad Lutfhi, bahwa terdapat laporan praktek yang tidak sesuai dalam perdagangan di situs *e-commerce*. Dimana hal ini diungkapkan dalam Konferensi Pers Virtualnya pada Tanggal 4 Maret 2021, yang mana beliau mengatakan terdapat praktik illegal, yaitu praktek jual rugi atau *predatory pricing* di situs *e-commerce* yang merupakan tindakan untuk membunuh kompetisi dengan permainan harga.

Praktek jual rugi atau *predatory pricing* ini telah dilarang dalam Pasal 20 Undang-Undang Republik Indonesia No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal tersebut mencantumkan 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. Terkait hal tersebut juga ramai dibicarakan dengan adanya keberadaan pelaku usaha asing asal China, yaitu Mr. Hu, yg mendatangkan langsung produknya dari luar negeri melalui situs *e-commerce* Shopee dengan harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan produk lokal.¹⁵ Sebagaimana yang diungkapkan oleh dr. Tirtha Mandira Hudhi, dengan adanya penetapan harga yang murah tersebut dikhawatirkan dapat membunuh UMKM Indonesia. Sperti batik yang biasa dijual dengan harga Rp 100.000 di UMKM lokal, namun melalui Mr. Hu batik print dari China hanya dihargai sebesar Rp 35.000/2 pcs.¹⁶

¹³ Adis Nur Hayati, 2021, *Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce di Indonesia*, Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Vol 21 No.1, DOI: <http://dx.doi.org/10.30641/dejure.2021.V21.109-122>

¹⁴ Abdul Halim Barkatullah dan Syahrída, 2015, *Sengketa Transaksi E-Commerce Internasional*, Nusa Media, Banjarmasin, hlm 3.

¹⁵ <https://voi.id/bernas/38185/sayangnya-regulasi-kita-belum-siap-melindungi-umkm-dari-i-predatory-pricing-i-barang-impor-dan-praktek-culas-raksasa-e-commerce> diakses pada tanggal 18 Desember 2021 pukul 09.45 WIB.

¹⁶ <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5378769/3-fakta-mr-hu-sosok-di-balik-sellerasingbunuhumkm> diakses pada tanggal 19 September 2021 pukul 18.08 WIB.

2. Kedudukan Pelaku Usaha Asing di Situs *E-Commerce*

Berdasarkan Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dijelaskan bahwa pelaku usaha memiliki arti sebagai “setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.” Dalam ketentuan dalam pasal tersebut menjelaskan bahwa pelaku usaha hanya sebatas yang “didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia.” Sehingga dari ketentuan tersebut timbul berbagai pertanyaan mengenai bagaimana kedudukan bagi para pelaku usaha produk impor yang notabene merupakan pelaku usaha asing di situs *e-commerce* Shopee. Dalam situs *e-commerce* Shopee tidak menjelaskan secara rinci mengenai pelaku usaha maupun aturan persaingan usaha bagi pelaku usaha. Hanya dijelaskan bahwa terdapat 3 tingkatan penjual atau pelaku usaha yang menjajakan produk nya disitus *e-commerce* tersebut, yaitu *Basic*, *Intermediate*, dan *Advanced*.

Melihat dalam Pasal 1 angka 2 Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, disebutkan bahwa Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Sehingga dapat dimaksudkan *e-commerce* dapat memakai PP ini karena menjalankan serangkaian kegiatannya yang berbasis elektronik.¹⁷ Selanjutnya pada Pasal 26 huruf d PP No. 80 Tahun 2019 ditegaskan bahwa: “Pelaku Usaha wajib: d. mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha.” Sehingga kita dapat mengambil kesimpulan bahwa PP No. 80 Tahun 2019 juga bersifat ekstrateritorial. karena pada Pasal 7, yang mengatur bahwa penyedia *e-commerce* non-domestik akan dianggap hadir secara fisik dan menjalankan bisnis secara permanen di Indonesia jika mereka secara aktif menawarkan produk/jasa kepada, konsumen di Indonesia dengan terpenuhinya kriteria tertentu yakni: jumlah transaksi; nilai transaksi; jumlah paket pengiriman; dan/atau jumlah traffic atau pengakses. Dalam Pasal 7 ayat (3) PPMSE luar negeri yang memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud mempunyai syarat dengan wajib menunjuk perwakilan yang berkedudukan di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang dapat bertindak sebagai dan atas nama Pelaku Usaha dimaksud. Sehingga melihat aturan ini pelaku usaha asing dapat pula dikenai UU anti monopli Indonesia.

3. Pembuktian Praktek Jual Rugi Terhadap Produk Impor Murah di Situs *E-Commerce* Shopee

Pelaku usaha dapat dikatakan memiliki potensi melakukan praktek jual rugi apabila telah memenuhi unsur-unsur yang tercantum dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun

¹⁷ Pungki Febriana Dheyanoor, 2021, *Kedudukan Hukum Pelaku Usaha Asing & Pasal Bersangkutan Dalam Digital Market Ditinjau Dari Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Jurnal Hukum Universitas Brawijaya.

1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Berdasarkan pasal tersebut, terkait praktek jual rugi ini termasuk dalam pendekatan *rule of reason*. *Rule of reason* dapat diartikan sebagai suatu pendekatan yang digunakan oleh KPPU diartikan sebagai suatu yang dianggap perlu adanya penelitian yang lebih dalam terhadap suatu permasalahan, dengan menjawab apakah tindakan tersebut dapat menimbulkan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat atau tidak, yang dapat menghambat pelaku usaha pesaingnya¹⁸ Sehingga karena Pasal 20 merupakan pasal yang termasuk dalam pendekatan *rule of reason* maka dalam menjawab pembuktian mengenai dugaan praktek jual rugi oleh produk impor di situs *e-commerce* shopee, diperlukan analisis yang lebih luas terkait praktek tersebut. Terdapat dua tahap analisis yang berkaitan dengan pembuktian diberlakukannya praktek jual rugi, yaitu pertama mempertimbangkan karakteristik pasar dan yang kedua, memastikan bahwa tingkat harga yang diberlakukan tersebut memang pada dasarnya tidak masuk akal beserta alasan kemungkinan terdapatnya faktor lain yang dapat mempengaruhi. Berikut beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum menuduh pelaku usaha melakukan praktek jual rugi yaitu:¹⁹

- a. Harus dilakukan penyidikan dan memberikan bukti bahwa pelaku usaha tersebut memang benar menawarkan produknya dengan harga yang tidak masuk akal rendahnya bahkan harga rugi dengan menjual produknya dibawah biaya produksi dan biaya lainnya yang berkaitan;
- b. Meskipun telah terbukti menjual dengan harga rendah atau rugi, harus turut dibuktikan pula bahwa perusahaan tersebut memang mempunyai maksud dan tujuan yang dapat memungkinkan mengapa pelaku usaha melakukan praktek jual rugi
- c. Telah diketahui bahwa perusahaan hanya akan menerapkan praktek jual rugi apabila perusahaan memang mempunyai keyakinan bahwa di masa yang akan datang dapat menutupi segala kerugian yang timbul pada saat tahapan awal.

1) Pembuktian Mengenai Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang digunakan selama proses produksi. Biaya tersebut meliputi bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik atau biaya yang mempunyai hubungan langsung dengan suatu produk. Produk yang dijual dengan harga yang rendah atau rugi hingga dibawah biaya produksi, maka dapat diindikasikan sebagai suatu praktek jual rugi. Sebagai perbandingan, disini penulis mengambil biaya produksi berdasarkan penjualan produk baju batik yang dijual oleh penjual asal China Mr Hu seharga Rp35.000,- /2pcs dengan batik lokal cap dan printing buatan lokal. Untuk biaya produksi batik cap sendiri, jika melakukan penghitungan

¹⁸ Lewinda Oletta Sidabutar, 2020, *Pendekatan "Per se Illegal" dan "rule of reason" dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Laranagn Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Jurnal RechtsVinding.

¹⁹ Rizki Tri Anugrah Bhakti, 2018, *Perlindungan Hukum Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dari Praktek Dumping Akibat Perdagangan Internasional*, Jurnal Cahaya Keadilan, Vol 6 No. 1.

terhadap biaya produksi batik, maka untuk pembuatan satu batik cap lokal saja memerlukan biaya kurang lebih Rp185.000,-/pcs dengan rincian yaitu:²⁰

Tabel 1: Total Biaya Bahan Baku Batik Cap Desa Tanah Merah 2019

Uraian	Unit	Satuan	Harga/unit	Jumlah
Kain Mori Prima	2	Meter	Rp 30.000,-	Rp 60.000,-
Remasol Merah	25	Gram	Rp 1.000,-	Rp 25.000,-
Remasol Kuning	50	Gram	Rp 1.000,-	Rp 50.000,-
Remasol Biru	25	Gram	Rp 1.000,-	Rp 25.000,-
Remasol Hitam	25	Gram	Rp 1.000,-	Rp 25.000,-
Jumlah				Rp 185.000,-

Sedangkan untuk produksi batik lokal printing, biaya untuk harga 1 kainnya saja dapat menghabiskan Rp25.000,- hingga Rp100.000,-/105x210 cm. Harga tersebut belum termasuk biaya upah jahit oleh pekerja, biaya alat, pembayaran lisrik, dan lain sebagainya. Sehingga jika membandingkan harga dengan batik impor yang dijual di situs *e-commerce* Shopee, tentu saja harga batik dari produsen lokal kalah bersaing. Bahkan di *platform* Shopee sendiri harga batik dari produsen lokal lainnya cukup beragam dengan kisaran Rp100.000,- hingga Rp200.000,-.

Dengan melihat harga yang sangat murah seperti yang dijelaskan sebelumnya, tentunya kita langsung beranggapan bahwa pelaku usaha asing sedang melakukan paktek jual rugi di Indonesia karena harga yang ditawarkan oleh produk impor jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan produk lokal. Namun selain menganalisa harga produksi dalam pembuatan suatu produk, kita juga harus turut menganalisa faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi harga jual suatu produk, yaitu sebagai berikut:

a) Besarnya Skala Produksi

Pada umumnya semakin besar skala produksi yang dilakukan oleh suatu pelaku usaha, maka pelaku usaha tersebut semakin dapat menekan biaya produksinya sehingga tidak dapat dikatakan sebagai *unreasonable price*. Hal tersebutlah yang dilakukan China dalam melakukan produksinya sehingga dapat menekan biaya produksi agar tidak terlalu tinggi. Mengenai skala produksi ini, pelaku usaha yang melakukan kegiatan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan penetapan harga jual yang terbilang sangat rendah, tidak dapat dikatakan bermaksud menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya, apabila pelaku usaha tersebut memang mempunyai skala produksi yang besar sehingga dapat menekan biaya produksi.²¹

²⁰ Neneng Salmiah, Satria Tri Nanda, Intan Adino, 2021, *IPTEKS Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Bahan Batik di Desa Tanah Merah*, Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Pelatihan, Vol. 5 No.3. DOI: <https://doi.org/10.35446/diklatreview.v5i3.693>.

²¹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Op.Cit.

b) Terdapatnya Subsidi yang Diberikan Oleh Pemerintah Negara Asal

Dalam upaya memajukan UMKM negara, setiap negara umumnya memiliki kebijakan tersendiri sebagai kontribusi dari pemerintah. Misalkan saja untuk China, selain membuat produksi dalam jumlah besar sehingga dapat menekan biaya produksi, China sendiri dapat memberlakukan harga yang terbilang murah karena terdapat peran dari pemerintah China sendiri yang juga tidak kalah penting. Kontribusi yang dilakukan oleh pemerintah China terhadap para pelaku usahanya adalah dengan memberikan subsidi kepada para pelaku usaha yang melakukan ekspor. Dimana terdapat suatu tempat di negara China yang bernama *Taobao Village*, yaitu suatu desa yang difungsikan bagi para UMKM, untuk melakukan produksi barang dan menjualnya secara *online*. Dalam desa tersebut pemerintah China memberikan subsidi mulai dari pajak, sertifikasi, dan bea ekspor²²

Negara Indonesia pada dasarnya juga turut memberlakukan subsidi yang hampir sama dengan yang dilakukan oleh pemerintah China yaitu bentuk sistem kredit yang dinamakan KUR kepada UMKM lokal untuk penyeimbang kualitas barang antara produk UMKM dengan produk pesaing sehingga dapat memberikan dampak positif dalam hal persaingan usaha yang sehat baik antara produk lokal dan produk impor.²³ Namun sayangnya terdapat beberapa kendala yang dihadapi Indonesia dalam menjalankan kebijakan tersebut, seperti UMKM yang sebagian besar belum mengerti dalam hal mengakses fasilitas pembiayaan, dan belum adanya keterpaduan kebijakan dari para pemangku kepentingan utama dalam UMKM.²⁴

2) **Pembuktian Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat**

Secara sederhana, praktek jual rugi ini dapat berlanjut ke arah monopoli apabila terdapat situasi dimana perusahaan yang memiliki posisi dominan atau kemampuan keuangan yang kuat (*deep pocket*) menawarkan produknya dengan harga dibawah biaya produksi supaya pesaingnya di pasar yang bersangkutan secara terpaksa keluar dari pasar karena tidak dapat bersaing. Kemudian jika menang, maka pelaku usaha tersebut akan menaikkan harga jual produknya kembali secara normal bahkan jauh melampaui dari harga sebelumnya. Hal tersebut bertujuan agar dapat mengembalikan kerugiannya dengan cara mendapatkan keuntungan dari harga monopoli karena pesaingnya telah keluar dari pasar dan terhambatnya pesaing lain untuk masuk sehingga konsumen tidak memiliki pilihan lain. Sedangkan untuk persaingan usaha tidak sehat, sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 1 angka 6 Undang-Undang No.5 Tahun 1999, didefinisikan sebagai persaingan yang terjadi antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau

²²Anthony H. F. Li, 2017, *E-commerce and Taobao Villages A Promise for China's Rural Development?*, Open Edition Journals: China Perspective, Doi: <https://doi.org/10.4000/chinaperspectives.7423>

²³Huala Adolf dan Rabiansyah ratama Suryawinata, 2018, *Prinsip HukumPerdagangan Internasional Kebijakan Subsidi dan UMKM*, PT. Refika Aditama, Bandung: hlm. 145

²⁴Endang Purwaningsih, Nurul Fajri Chikmawati, Mislikih, 2020, *Hukum Bisnis Kajian Khusus UMKM Indonesia Dilengkapi Hasil Riset "Perlindungan Hukum Terhadap Makanan Tradisional Melalui Merek dan Indikasi Geografis Menuju Komersialisasi Produk Berdaya Saing"*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 25-26.

melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Berdasarkan Pasal 17 Undang-Undang No.5 Tahun 1999, pelaku usaha dapat dikatakan melakukan praktek monopoli apabila memenuhi salah satu unsur sebagai berikut:

- a. Barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya; atau
- b. Mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau
- c. Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Jika dikaitkan dengan fenomena produk murah di situs *e-commerce* Shopee, pada dasarnya tidak terbukti telah melakukan monopoli. Hal ini dikarenakan antara ketiga unsur monopoli di atas tidak terpenuhi dengan penjelasan sebagai berikut:

- 1) Barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya.

Tidak adanya barang pengganti terdekat menunjukkan bahwa produk tersebut belum memiliki barang substitusi. Hal ini merupakan kondisi dimana suatu perusahaan memproduksi/menjual produk yang tidak memiliki barang pengganti terdekat.²⁵ Sedangkan pada umumnya, produk-produk impor yang dijual dalam situs *e-commerce* Shopee merupakan barang sehari-hari yang notabene merupakan produk yang diproduksi dalam jumlah yang banyak. Contohnya seperti hijab, batik, dan produk baju lainnya merupakan produk yang pada dasarnya bukan menjadi suatu produk unik, bahkan dapat pula diproduksi oleh siapa saja. Bahkan dalam situs *e-commerce* Shopee terdapat ratusan ribu pilihan terhadap produk.

- 2) Mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama;

Pelaku usaha yang berdiri diposisi monopoli akan memiliki kekuatan monopoli yang tidak hanya terbatas pada kemampuannya menentukan harga saja, melainkan juga memiliki kemampuan untuk dapat mengurangi bahkan meniadakan tekanan persaingan. Kemampuan tersebut dapat diperoleh karena perusahaan monopoli diuntungkan dengan dapat mencegah masuknya (*entry barriers*) perusahaan baru ke dalam pasar. Sehingga dengan adanya hambatan masuk demikian, maka perusahaan dengan posisi monopoli tidak memiliki pesaing nyata dan pesaing yang potensial.²⁶ Jika dikaitkan dengan fakta yang terjadi di situs *e-commerce* Shopee, walaupun banyak persaingan yang bertebaran baik, produk impor maupun produk lokal, namun justru semakin banyak pula pesaing baru yang masuk dalam pasar. Hal ini dibuktikan dengan naiknya presentase pelaku usaha baru yang ingin memulai usahanya di situs *e-commerce* di setiap tahunnya. Bahkan berdasarkan riset Badan Pusat statistik juga menyatakan bahwa pelaku usaha di situs *e-commerce* terus mengalami perkembangan. Bukti lain menyatakan bahwa, tepatnya pada bulan April 2021, pihak *e-commerce* Shopee mengklaim bahwa telah terjadi peningkatan 2x lipat pelaku usaha UMKM yang ikut serta dalam *Mega Shopping Day*

²⁵ *Ibid*

²⁶ *Ibid*, hlm 14

dibanding tahun lalu.²⁷ Sehingga hal tersebut membuktikan bahwa tidak adanya hambatan bagi pesaing baru untuk masuk.

- 3) Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Mengenai pengertian dalam poin c ini sering dikatakan dengan istilah pendekatan struktur. Dimana hal ini dijelaskan sebagai posisi monopoli yang dimiliki oleh suatu perusahaan berdasarkan pangsa pasar. Kekuatan monopoli yang dimiliki oleh sebuah perusahaan tersebut tidak harus muncul karena perusahaan merupakan satu-satunya penjual di pasar, melainkan dapat muncul jika perusahaan tersebut memiliki posisi yang dominan di pasar.²⁸ Ditambah dalam fakta dilapangan, menurut data survei MSME Study Report 2021 menunjukkan bahwa 57% UMKM menjadikan *platform* Shopee sebagai *marketplace* yang mendatangkan nilai penjualan terbesar. Bahkan Shopee yang diwakilkan oleh Radityo Triatmojo selaku *Head of Public Policy and Government Relations* menyatakan bahwa produk yang berasal dari luar negeri melalui transaksi cross border hanya mencapai 3%, sehingga sebesar 97% produk pelaku usaha lokal mendominasi dari keseluruhan produk yang ada di situs *e-commerce* Shopee.²⁹ Sehingga dalam hal ini tidak ada dominasi hingga mencapai 50% oleh produk impor dari segala produk yang dipasarkan di situs *E-Commerce* Shopee.

Peran KPPU Dalam Upaya Pencegahan Terhadap Praktek Jual Rugi Oleh Produk Impor di Situs *E-Commerce*

1. Prosedur Pelaporan Oleh Masyarakat Terkait Adanya Dugaan Praktek Jual Rugi di Situs *E-Commerce*

Melihat dalam lingkup ketatanegaraan, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) merupakan lembaga negara komplementer (*state auxiliary organ*)³⁰ yang mempunyai wewenang sebagaimana yang diatur berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat dalam upaya untuk melakukan penegakan terhadap hukum persaingan Usaha. Dalam menanggapi praktek jual rugi oleh produk impor di situs *e-commerce*, tahapan awal yang dilakukan oleh KPPU adalah dengan memberitahukan kepada publik bahwa akan dilakukan penyidikan terkait hal tersebut. Ketua KPPU, Kodrat Wibowo, menjelaskan bahwa dalam hal penanganan perkara sudah dilakukan komunikasi dengan Kementerian Perdagangan dan Kemenkop UMKM. Dalam diskusi tersebut disampaikan bahwa, apabila KPPU diminta untuk menangani perkara tersebut, maka KPPU akan bertindak dengan meminta dari pihak Kemenkop UMKM mengenai UMKM siapa saja yang merasa dirugikan akibat adanya praktek jual rugi tersebut,

²⁷ <https://www.google.com/amp/s/www.tek.id/amp/tek/shopee-4-4-catat-peningkatan-transaksi-dan-penjual-umkm-b2c1i9k8z> diakses pada tanggal 10 Januari 2022 pukul 12.45 WIB.

²⁸ *Ibid*

²⁹ <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/qpiebu349> diakses pada tanggal 2 Januari 2022 pukul 23.11 WIB.

³⁰ Budi L. Kagramanto, 2007, *Implementasi UU No.5 1999 oleh KPPU*, Jurnal Ilmu Hukum Yustisia.

kemudian KPPU akan meminta pula data atau informasi dari Kemendag terkait adanya dari perubahan harga yang terjadi.³¹ Sehingga masyarakat yang merasa dirugikan akibat adanya praktek tersebut, maka dapat melaporkannya ke Kemenkop UMKM mengenai UMKM maupun ke pihak KPPU langsung.

Melihat pada konteks kewenangan KPPU dalam penyelesaian suatu perkara persaingan usaha, KPPU diharuskan untuk berpedoman pada Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Berdasarkan aturan tersebut dicantumkan secara jelas bahwa sumber perkara KPPU bersumber dari laporan dan inisiatif KPPU sendiri. Untuk perihal sumber perkara yang berasal dari laporan, diperlukan tahapan awal yaitu pelaporan dari pihak atau orang yang mengetahui bahwa telah terjadi suatu pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap Undang-Undang Republik Indonesia No.5 Tahun 1999 tentang Praktek Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Laporan tersebut ditujukan kepada ketua Komisi melalui kantor pusat komisi, kantor perwakilan komisi di daerah atau aplikasi pelaporan secara daring dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar dan ditandatangani oleh Pelapor. Laporan sebagaimana dibuat dalam bentuk tertulis dengan ketentuan paling sedikit berisi identitas pelapor dan terlapor, uraian secara jelas mengenai dugaan pelanggaran Undang-Undang, dan alat bukti dugaan pelanggaran. Selanjutnya laporan tersebut berdasarkan Pasal 6 angka 4 laporan dapat dilanjutkan ke tahap penyelidikan apabila telah memenuhi persyaratan seperti kelengkapan administrasi laporan; kejelasan dugaan pasal Undang-Undang yang dilanggar; kesesuaian kompetensi absolut Komisi; dan terdapat sekurang-kurangnya 1 (satu) alat bukti.

Selain dengan adanya pelaporan, KPPU dalam mencari suatu pelanggaran terkait persaingan usaha juga dapat dilakukan dengan inisiatif dari KPPU sendiri sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 10 ayat 3 Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dimana pelanggaran tersebut diperoleh dari data dan informasi yang bersumber dari hasil kajian, temuan dalam proses pemeriksaan, hasil rapat dengar pendapat yang dilakukan komisi, laporan yang tidak lengkap, berita di media dan/atau data atau informasi lain yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam Pasal 14 dijelaskan bahwa laporan hasil penelitian inisiatif tersebut dapat dilanjutkan ke tahap penelitian jika dapat memenuhi persyaratan yaitu kesesuaian kompetensi absolut Komisi; deskripsi data dan/atau informasi yang valid tentang dugaan pelanggaran UU; kejelasan dugaan pasal Undang-Undang yang dilanggar; dan terdapat sekurang-kurangnya 1 (satu) alat bukti.

Pada prakteknya, dalam menyatakan suatu pelaku usaha telah melakukan pelanggaran terhadap Persaingan Usaha, maka diperlukan proses pembuktian terhadap barang bukti. Dalam Pasal 42 Undang-Undang Republik Indonesia No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menentukan alat bukti yang

³¹<https://www.cnbcindonesia.com/news/20210324144514-4-232555/ada-sinyal-e-commerce-bunuh-umkm-kppu-komentar-begini> diakses pada tanggal 23 Desember 2021 pukul 18.16 WIB.

sah yaitu berupa keterangan saksi, keterangan ahli, surat dan atau dokumen, petunjuk dan keterangan pelaku usaha. Setiap dokumen tersebut akan diterima oleh KPPU, dan majelis KPPU akan menilai dokumen-dokumen tersebut. Sehingga bila suatu pelaku usaha memang terbukti melakukan tindakan praktek jual rugi sebagaimana Pasal 20, tentu saja pihak KPPU akan segera menindak dengan ancaman hukuman sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 47 Undang-Undang No.5 Tahun 1999, dimana pelaku usaha dapat dikenakan sanksi administratif berupa:

- a) Perintah untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau persaingan usaha;
- b) Pembayaran ganti rugi;
- c) Pengenaan denda minimum 1.000.000.000,00 dan maksimum Rp 25.000.000.000,00.

Selain itu berdasarkan Pasal 48, pelanggaran atas Pasal 20 juga dapat dikenakan sanksi pidana pokok berupa pidana denda minimum 5.000.000.000,00 dan maksimum Rp 25.000.000.000,00 atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan. Serta terhadap sanksi pidana, berdasarkan Pasal 49 dapat dijatuhkan pidana tambahan berupa:

- a) Pencabutan izin usaha; atau
- b) Larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun; atau
- c) Penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

2. Langkah Pencegahan KPPU Terkait Produk Murah di Situs *E-Commerce* Shopee

Setelah muncul banyaknya produk impor murah di *platform e-commerce*, yang salah satunya adalah Shopee, akhirnya pada bulan Mei 2021 PT. Shopee Indonesia telah bertindak dengan memberhentikan penjualan terhadap 13 produk impor yang dipasarkan melalui *platform* mereka. Hal tersebut disampaikan oleh Handika Wighuna Jahja selaku *Executive Director* PT. Shopee Indonesia yang memberitahukan bahwa pemberhentian ini mencakup produk dalam kategori fashion muslim dan batik yaitu antara lain hijab, atasan muslim wanita, bawahan muslim wanita, dress muslim, atasan muslim pria, bawahan muslim pria, *outwear* muslim, mukena, pakaian muslim anak, aksesoris muslim, peralatan sholat, batik dan kebaya. Tindakan ini diambil setelah melakukan disuksi dengan Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, dengan tujuan agar dapat melindungi UMKM lokal di Indonesia.

Pada dasarnya memang dalam melakukan penyidikan lintas negara tidaklah mudah. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 sejatinya telah mengatur ketentuan mengenai persaingan usaha secara utuh. Namun seiring dengan semakin kompleksnya aktivitas perdagangan, membuat regulasi tersebut belum diakomodasi secara penuh. KPPU dalam hal ini berpendapat bahwa *e-commerce* merupakan jenis usaha yang memiliki karakteristik yang berbeda, dimana masih belum adanya payung hukum yang solid dalam yang mengatur

ketentuan tersebut di Indonesia. Termasuk terkait permasalahan adanya hubungan terkait data informasi masyarakat yang menjadi konsumen dalam bidang *e-commerce*. Sehingga sejauh ini langkah yang ditempuh KPPU dalam upaya untuk menangani hambatan tersebut, adalah dengan melakukan diskusi bersama Kementerian Perdagangan Republik Indonesia untuk meninjau regulasi yang telah disusun sebelumnya.³²

Dalam mengawasi perilaku pelaku usaha dalam lingkup digital, sejak tahun 2017 pihak KPPU pada dasarnya terus memberikan kontribusi dalam hal penelitian untuk memberikan penetapan terhadap ekosistem ekonomi digital serta mengenai adanya suatu kemungkinan adanya perilaku yang tidak wajar terhadap persaingan antar pelaku usaha yang mungkin dapat muncul kedepannya.³³ Tidak hanya itu saja, pada tahun 2019 lalu KPPU juga melakukan kerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. MoU ini dilakukan dengan maksud agar dapat mencegah dan memberikan penanganan terhadap segala bentuk praktek yang berpotensi dapat mengakibatkan terjadinya monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Adapun secara umum isi dari MoU antara KPPU dengan Kementerian Kominfo ini meliputi antara lain seperti pertukaran data dan/atau informasi; harmonisasi kebijakan persaingan usaha dengan kemitraan di bidang komunikasi dan informatika, advokasi dan sosialisasi terkait prinsip-prinsip guna mencapai persaingan usaha yang sehat, memberikan pengawasan kemitraan di bidang komunikasi dan informatika, penyelenggaraan kegiatan dan/atau penyusunan kajian/pedoman bersama, dukungan untuk saling memberikan narasumber dan/atau ahli, serta kegiatan lainnya yang disepakati para pihak.³⁴

Dengan demikian maka berdasarkan Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha No. 2 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis KPPU 2020-2024, langkah yang akan ditempuh oleh KPPU dalam upaya pencegahan terkait pelanggaran persaingan usaha di era digital adalah sebagai berikut:

- a) Memperkuat kerjasama secara internasional dalam upaya penegakan hukum terkait dugaan pelanggaran dalam bidang persaingan usaha yang melewati batas negara.
- b) Responsif dan peka mengenai adanya perkembangan terhadap kasus yang saat ini kian berkembang ekonomi digital.
- c) Memperkuat sarana dan prasarana serta pengembangan kompetensi penyidik agar lebih efektif dan memiliki manfaat positif bagi kepentingan publik dalam menangani kasus.
- d) Mencermati potensi terjadinya kasus sejalan dengan pertumbuhan ekonomi agar penegakan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dapat dilaksanakan secara efektif.

³²<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210308/12/1365410/soal-predatory-pricing-di-e-commerce-begitu-tanggapan-kppu> diakses pada tanggal 28 Desember 2021 pukul 09.45 WIB.

³³ Komisi Pengawas Persaingan Usaha 2020, Kompetisi dan Pemulihan Ekonomi, Edisi 2, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta, hlm 29.

³⁴https://www.kominfo.go.id/content/detail/21893/gandeng-kominfo-kppu-awasi-persaingan-usaha-ekonomi-digital/0/berita_satker Diakses pada tanggal 5 Januari 2022 pukul 10.30 WIB.

KESIMPULAN

Fenomena produk impor murah di situs *E-Commerce* Shopee tidak melanggar ketentuan dalam Pasal 20 UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Hal ini dikarenakan produk impor yang menetapkan harga jual murah belum tentu telah melakukan praktek jual rugi. Terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi harga jual seperti skala produksi yang besar dan pemberlakuan subsidi oleh pemerintah. Tidak hanya itu, dalam menghadapi fenomena ini, pada dasarnya KPPU tidak tinggal diam. Dimana sebagai lembaga independen yang mengawasi persaingan usaha, KPPU berpedoman pada Peraturan KPPU No. 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. KPPU untuk mencari suatu masalah dilakukan berdasarkan sumber yang didapatkan laporan dari masyarakat dan inisiatif dari KPPU sendiri. Jika benar ditemukan suatu pelanggaran, maka KPPU akan bertindak sebagaimana tugasnya. Tidak hanya itu, sebagai lembaga yang mempunyai banyak peran, KPPU juga turut menyiapkan beberapa langkah dalam upaya pencegahan pelanggaran terhadap UU Anti monopoli di era digital sebagaimana yang dincantumkan dalam Rencana Strategis KPPU tahun 2020-2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolf, Huala dan Rabiansyah ratama Suryawinata, 2018, *Prinsip HukumPerdagangan Internasional Kebijakan Subsidi dan UMKM*, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Asshidiqqie, Jimly, 2006, *Perkembangan dan Konsolidasi Lembaga Negara Pasca Reformasi*, Kompress. Jakarta.
- Barkatullah, Abdul Halim dan Syahrida, 2015, *Sengketa Transaksi E-Commerce Internasional*, Nusa Media, Banjarmasin.
- Purwaningsih, Endang, Nurul Fajri Chikmawati, Mislikh, 2020, *Hukum Bisnis Kajian Khusus UMKM Indonesia Dilengkapi Hasil Riset "Perlindungan Hukum Terhadap Makanan Tradisional Melalui Merek dan Indikasi Geografis Menuju Komersialisasi Produk Berdaya Saing"*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji, 2019, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Pers, Depok.
- Adelina, Nasution, 2019, *Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus IAIN Langsa (Perspektif UU No. 5 Tahun 1999 dan Fiqh)*, Jurnal Syariah dan Hukum Vol 1 No.1, DOI: <http://dx.doi.org/10.30821/taqnin.v1i1.4882>
- Amalya, Asti Rachma, 2020, *Prinsip Ekstrateritorial Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha*, Jurnal Ilmiah Mandala Education, Vol.6 No.1, DOI: <http://dx.doi.org/10.36312/jime.v6i1.1125>
- Bhakti, Rizki Tri Anugrah, 2018, *Perlindungan Hukum Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Drai Praktek Dumping Akibat Perdagangan Internasional*, Jurnal Cahaya Keadilan, Vol 6 No. 1.
- Dewi, Mastriati Hini Hermala, 2019, *Analisa Dampak Globalisasi Terhadap Perdagangan Internasional*, Jurnal Ekonomia, Vol. 9 No.1.

- Dheyanoor, Pungki Febriana, 2021, *Kedudukan Hukum Pelaku Usaha Asing & Pasal Bersangkutan Dalam Digital Market Ditinjau Dari Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Jurnal Hukum Universitas Brawijaya.
- Febrina, Rezmia, 2017, *Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha*. Jurnal Selat, Vol. 4 No.2, <https://ojs.umrah.ac.id/index.php/selat/article/view/194>.
- Hayati, Adis Nur, 2021, *Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce di Indonesia*, Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Vol 21 No.1, DOI: <http://dx.doi.org/10.30641/dejure.2021.V21.109-122>
- Kagramanto, Budi L, 2007, *Implementasi UU No.5 1999 oleh KPPU*, Jurnal Ilmu Hukum Yustisia.
- Li, Anthony H. F., 2017, *E-commerce and Taobao Villages A Promise for China's Rural Development?*, Open Edition Journals: China Perspective, Doi: <https://doi.org/10.4000/chinaperspectives.7423>
- Salmiah, Neneng, Satria Tri Nanda, Intan Adino, 2021, *IPTEKS Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Bahan Batik di Desa Tanah Merah*, Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Pelatihan, Vol. 5 No.3. DOI: <https://doi.org/10.35446/diklatreview.v5i3.693>.
- Sidabutar, Lewinda Oletta, 2020, *Pendekatan "Per se Illegal" dan "rule of reason" dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Jurnal RechtsVinding.
- Badan Pusat Statistik, 2020, *Statistik E-commerce 2020*, Badan Pusat Statistik, Yogyakarta, hlm.12.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2009, *Pedoman pelaksanaan Pasal 20 tentang jual rugi (Predatory Pricing)*, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta.
- , 2018, *Meraup Pasar E-Commerce*, Edisi 62, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta.
- , 2020, *Menyoroti Industri Ekonomi Digital*, Edisi 2, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta.
- , 2020, *Kompetisi dan Pemulihan Ekonomi*, Edisi 2, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta.
- <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210305141728-4-228137/apa-itu-predatory-pricing-yang-disebut-jokowi-bunuh-umkm> diakses pada tanggal 13 September 2021 pukul 17.50 WIB.
- <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5378769/3-fakta-mr-hu-sosok-di-balik-sellerasingbunuhumkm> diakses pada tanggal 19 September 2021 pukul 18.08 WIB.
- <https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/5e9a518358779/praktek-predatory-pricing-di-ojek-online> diakses pada tanggal 12 Desember 2021 pukul 13.50 WIB.

<https://kppu.go.id/blog/2021/08/putusan-kppu-atas-pt-conch-south-kalimantan-cement-dikuatkan-mahkamah-agung/> diakses pada tanggal 30 November 2021 pukul 14.20 WIB.

<https://voi.id/bernas/38185/sayangnya-regulasi-kita-belum-siap-melindungi-umkm-dari-i-predatory-pricing-i-barang-impor-dan-praktek-culas-raksasa-e-commerce> diakses pada tanggal 18 Desember 2021 pukul 09.45 WIB.

<https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/qpiebu349> diakses pada tanggal 2 Januari 2022 pukul 23.11 WIB.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210308/12/1365410/soal-predatory-pricing-di-e-commerce-begini-tanggapan-kppu> diakses pada tanggal 28 Desember 2021 pukul 09.45 WIB.

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20210324144514-4-232555/ada-sinyal-e-commerce-bunuh-umkm-kppu-komentar-begini> diakses pada tanggal 23 Desember 2021 pukul 18.16 WIB.

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

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

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis KPPU 2020-2024.