

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PREDATORY PRICING OLEH
PELAKU USAHA SKINCARE PADA SOCIAL COMMERCE**

Farhan Caesariasyahid Yuwono Putra¹, Aldira Mara Ditta Caesar Purwanto²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: 20071010054@student.upnjatim.ac.id¹, aldira.ih@upnjatim.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah mengetahui akibat yang dialami oleh penjual lain yang dirugikan akibat predatory pricing dan upaya hukum yang dapat dilakukan oleh penjual lain yang dirugikan akibat predatory pricing UU persaingan usaha. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normative dengan pendekatan Pendekatan Perundang-Undangan (Statute Approach) dan Pendekatan Konseptual (Conceptual Approach) dan metode deduktif untuk menganalisis terhadap peraturan hukum yang berkaitan dengan isu hukum yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Undang-undang telah secara komprehensif mengatur larangan dalam melakukan praktik predatory pricing. Hasil penelitian ini menunjukkan akibat hukum, dampak negatif yang dialami oleh masyarakat sebagai konsumen dan pelaku usaha lain dan Upaya yang dapat dilakukan oleh pihak yang dirugikan.

Kata Kunci: hukum persaingan usaha, predatory pricing, UU persaingan usaha.

ABSTRACT

The main objective of this research is to find out the consequences experienced by other sellers who are harmed by predatory pricing according to Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition and the legal remedies that can be taken by other sellers who are harmed by predatory pricing according to Law Number 5 of 1999 concerning Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. This research uses a normative juridical method with a Statutory Approach and a Conceptual Approach and a deductive method to analyze legal regulations relating to existing legal issues. The research results show that the law has comprehensively regulated prohibitions on predatory pricing practices. The results of this research show the legal consequences, the negative impacts experienced by the community as consumers and other business actors and the efforts that can be taken by the aggrieved party.

Keywords: business competition law, Predatory pricing, competition law

PENDAHULUAN

Jual beli merupakan sebuah perjanjian tukar menukar nilai uang dengan benda secara sukarela antara kedua belah pihak pembeli dan penjual. Jual beli diciptakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari. Aktivitas jual beli terbentuk sejak manusia dinobatkan makhluk sosial dan dalam memenuhi kebutuhan sehingga perlu memahami teori ekonomi. Pengguna internet pada saat ini mulai pada kalangan usia sekolah dasar hingga lansia. Dampak positif yang dapat melihat fenomena tersebut, menjadi tempat yang sangat berpotensi bagi para pelaku usaha dalam mengekspansi kegiatan usaha. Perbedaan yang dirasakan kegiatan usaha secara konvensional dilakukan dengan transaksi tatap muka secara langsung, namun kegiatan usaha secara digital dilakukan menggunakan jaringan internet yang membuat transaksi lebih efisien dan cepat. Tren digital yang banyak dilakukan oleh pelaku usaha dalam melakukan jual beli secara online social commerce dengan aplikasi. Legalitas social commerce sendiri telah disahkan dan berlaku tercantum pada Permendagri Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Penggunaan social commerce dinilai cukup sederhana dalam menggunakan fitur jual beli dalam kalangan masyarakat yaitu cukup menggunakan jaringan internet dan ponsel pintar membuat transaksi jual beli secara online semakin berkembang.

Produk yang menarik banyak perhatian merupakan produk yang terdapat promo menarik, sehingga menimbulkan banyak yang mengunjungi platform TikTok. TikTok memberikan kebebasan kepada pelaku usaha dalam menetapkan harga jual produk. Pelaku usaha memanfaatkan hal tersebut, dengan ditandai pada harga sebelum promo akan dicoret dan diganti dengan harga yang dapat menjadi pusat perhatian dengan pelaku usaha yang lain dengan penjualan produk yang sejenis. Produk dengan harga promo akan lebih menarik perhatian pembeli dan meningkatkan jumlah pembelian produk. Sudut pandang pembeli bisa mendapatkan diskon sebesar diatas harga pasar dan dengan demikian mendapat untung. Promosi toko ini sangat disayangkan berakibat buruk pada persaingan usaha yang tidak sehat.

Persaingan usaha secara tidak sehat merupakan tindakan dari pelaku ekonomi dalam melakukan kegiatan dalam berusaha baik dari proses produksi atau distribusi yang dilakukan secara tidak jujur atau merugikan pihak yang lain baik konsumen maupun pelaku ekonomi lain. Persaingan usaha secara tidak sehat memiliki dampak negatif terhadap suatu pihak karena mengganggu dan merusak kelancaran perekonomian lokal maupun dunia. Persaingan usaha tidak sehat ditunjukan pada kekuatan seseorang dalam menguasai pasar, sehingga menghalangi atau menolak pesaingnya agar tidak muncul. Keuntungan yang di peroleh pelaku usaha biasanya dengan menjual harga jual suatu produk diatas pada biaya produksi. Faktanya pada saat ini produk yang ditawarkan bisa saja bernilai rendah dari biaya produksi. Metode seperti ini biasanya dijalankan pelaku usaha yang baru saja saat mulai usaha dengan bertujuan untuk mendapatkan konsumen. Apabila metode menjual dengan harga yang rendah berlangsung dalam jangka waktu yang cukup lama, tentu saja hal ini dapat dikatakan sebagai tindakan barrier to entry. Barrier to entry merupakan tindakan pelaku usaha yang melakukan menghambat atau menghalangi bagi pelaku ekonomi pesaing atau pelaku ekonomi yang baru memulai usahanya. Perbuatan yang dilarang dalam UU persaingan usaha dilakukan sebagian orang untuk meraih keuntungan pribadi, bahkan merugikan kepentingan masyarakat luas, sama saja dengan menurunkan harga jual suatu barang.

Dalam observasi yang telah dilakukan peneliti terdapat penjual yang diduga melakukan Predatory Pricing toko @Beatcastle1 menjual dengan harga Rp.29.900, @Minxhouse menjual harga dengan Rp.29.900 dan @Berlishoppa Rp.39.500, dapat dilihat harga produk tersebut di pasaran berkisar Rp. 125.000. Merujuk dari terhadap uraian yang telah dipaparkan diatas, penulis tertarik dalam membahas lebih dalam terkait predatory pricing pada TikTokshop ditinjau dari segi UU persaingan usaha dengan judul “Tinjauan Yuridis Terhadap Predatory Pricing Oleh Pelaku Usaha Skincare Pada Social Commerce”

METODOLOGI

penulis menggunakan jenis penelitian Yuridis Normatif. Penelitian Yuridis Normatif mengacu pada kajian dan kajian hukum formal, seperti undang-undang dan literatur teoritis, yang kemudian dikaitkan dengan permasalahan yang dibahas dalam norma hukum yang ada untuk memberikan landasan atau landasan dalam pengambilan keputusan dalam ilmu hukum. penelitian menggunakan pendekatan perundang-undangan yang Pendekatan Perundang-Undangan (Statute Approach) dan Pendekatan Konseptual (Conceptual Approach) untuk menilai seberapa jauh undang-undang tersebut konsisten dengan undang-undang, konstitusi, dan peraturan lainnya, dan juga memahami hubungan filosofis antara undang-undang dan permasalahan hukum yang sedang dibahas. dan pandangan dalam membangun argumentasi hukum dalam menyelesaikan isu hukum yang dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akibat Hukum Predatory Pricing Terhadap Pelaku Usaha Lain Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Menurut Rachmadi Usman, dilakukan dengan menetapkan harga jual yang jauh lebih rendah dengan tujuan dalam membuat usaha pesaingnya tersingkir dan gulung tikar, karena tidak dapat lagi bersaing. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa predatory pricing merupakan tindakan yang diakibatkan oleh penetapan harga di bawah harga pasar dalam jangka pendek. Akibatnya, dari segi konsumen akan terlihat menguntungkan, namun bisa saja pelaku ekonomi tersebut menaikkan harga jual pada kemudian hari karena pelaku usaha pesaing kalah bersaing dengan pelaku usaha yang melakukan kegiatan penjualan yang merugi tersebut dan tersingkir dari persaingan kegiatan usaha di kemudian hari.

UU persaingan usaha yang mengamanatkan bahwa pelaku ekonomi dilarang dalam mengadakan barang atau jasa dengan penjualan dibawah harga pokok dengan dasar tujuan menjadi penghambat hingga menghilangkan pesaing pada pasar yang sama. Tindakan pelaku ekonomi yang menjual produk dibawah harga pasar disebut praktek "predatory pricing" yang dijalankan atas dasar tujuan dalam mempengaruhi harga prduk pada pasar yang bersangkutan, dengan menerapkan praktek tersebut pelaku ekonomi dapat memperoleh posisi dominan dalam pasar, tujuannya adalah untuk menguasai pasar. Pasal 20 UU Persaingan Usaha mengenai predatory pricing bahwa:

“Pelaku usaha dilarang melakukan jual beli dengan menetapkan harga yang sangat rendah dengan tujuan untuk menyingkirkan atau memetikan pelaku usaha lain sehingga menimbulkan praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.”

Pada praktek predatory pricing dapat ditentukan suatu hubungan hukum yang terjadi antara dengan konsumen. Hubungan hukum antar pelaku usaha merujuk pada interaksi legal yang terjadi antara dua atau lebih entitas bisnis yang terlibat dalam aktivitas ekonomi. Hubungan ini diatur oleh berbagai aturan hukum yang mencakup kontrak, regulasi persaingan usaha, dan peraturan lainnya yang relevan. Hubungan hukum antar pelaku usaha merupakan fondasi yang memastikan bahwa interaksi bisnis berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan kepastian hukum. Hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen dalam konteks persaingan usaha adalah interaksi yang saling mempengaruhi di mana konsumen berperan sebagai pengguna akhir produk atau jasa, sedangkan pelaku usaha adalah pihak yang memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk atau jasa tersebut. Hubungan ini diatur oleh prinsip-prinsip hukum persaingan usaha yang bertujuan untuk menjaga pasar tetap kompetitif, melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak adil, dan memastikan bahwa pelaku usaha bersaing dengan cara yang sehat.

Akibat Hukum Predatory Pricing Akibat predatory pricing Pada Social Commerce

Teknik ini berupaya memaksimalkan keuntungan dan kerugian yang diakibatkan oleh penjualan yang merugi atau pada harga yang lebih rendah. Harga yang murah mungkin menguntungkan konsumen, namun manfaat tersebut terbatas pada jangka waktu tertentu. Sebab, setelah jangka waktu tertentu, banyak pelaku ekonomi lain dapat tersingkir, dan setelah pelaku ekonomi yang tersingkir, konsumen justru akan menderita kerugian. Harga yang sangat tinggi adalah harga tetap dan dapat mengarah pada terhadap harga monopoli. Oleh karena itu, dapat dipahami berbagai karakteristik yang menjadi predator. Berbagai karakteristik pelaku usaha yang bertindak sebagai predator hal ini disebabkan:

1. Kerugian yang dialami oleh pelaku ekonomi yang menjalankan praktek tersebut lebih besar dibandingkan kerugian yang dialami oleh pesaing yang bersaing secara ekonomi dengan Tingkat kapasitas yang sama, disisi lain pelaku ekonomi tersebut dapat mengatur aktvitasnya sedemikian rupa sehingga mengganti kerugian dimasa lalu.
2. Penetapan harga predator memaksa pelaku ekonomi pesaing untuk keluar dari pasar bersangkutan sehingga akan menginvestasikan sumber daya mereka pada sektor industri lain. Jika pelaku ekonomi incumbent kembali menaikkan harga, maka pelaku ekonomi pesaing akan kembali masuk ke industri. Keadaan ini dijaga agar kewajiban memenuhi seluruh tuntutan pelaku ekonomi agar konsumen sendiri tidak terkena dampak yang merugikan.
3. Terjadinya sunk cost dan juga tidak selama kegiatan praktek predatory pricing dapat dikatakan berhasil dalam meraih posisi dominan. Dengan tidak adanya sunk cost, maka pelaku usaha incumbent tidak mempunyai cara untuk menaikkan biaya pada pelaku usaha pendatang. Sehingga memberlakukan harga dibawah biaya tidak akan efektif. Kerugian hanya merugikan pelaku ekonomi yang sudah ada, dan pelaku ekonomi yang sudah ada tidak mempunyai peluang untuk menaikkan biaya pelaku ekonomi baru.

Pelanggaran hukum harus diberi sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Khususnya dalam UU persaingan usaha telah menjelaskan secara tegas bahwa masing-masing pihak atau penyelenggara memiliki batasan untuk melakukan kegiatan usaha. Perilaku predatory pricing oleh pelaku usaha skincare ini harus bertanggungjawab atas kerugian yang terjadi oleh pelaku ekonomi incumbent. Berikut merupakan penjelasan mengenai akibat predatory pricing, antara lain:

1. Pertanggungjawaban hukum

Melakukan kegiatan usaha sebagai predatory pricing yang melanggar peraturan perdagangan, pertanggungjawaban hukum yaitu Ganti rugi dalam predatory pricing adalah kompensasi yang mungkin diberikan kepada pihak yang dirugikan akibat praktik predatory pricing, di mana pelaku usaha menetapkan harga jual yang sangat rendah untuk mengeliminasi pesaing, yang kemudian dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen atau pesaing lainnya. setiap pengusaha yang terlibat dalam praktek predatory pricing telah diatur dalam delik pasal 47 UU persaingan usaha

2. Sanksi Hukum

Predatory pricing salah satu pelanggaran hukum dalam kategori perdagangan yang mengakibatkan sanksi hukum kepada tiap-tiap pelanggarnya. UU persaingan usaha mengatur sanksi kepada pelaku pelanggaran hukum berupa sanksi administratif, sanksi pidana dan pidana tambahan.

Dampak Negatif predatory pricing pada social commerce

Pelaku usaha social commerce dapat melakukan praktek predatory pricing agar konsumen tertarik. Pelaku ekonomi yang menjalankan praktek predatory pricing berupa siapnya kesediaan barang dan yang paling penting untuk dikorbankan pelaku usaha dalam melaksanakan predatory pricing adalah banyaknya modal atau pembakaran modal. Situasi ini terjadi karena pesaing lain tidak mampu untuk menyesuaikan harga mereka dengan harga yang diterapkan oleh pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi. Dampak negatif yang terjadi akibat predatory pricing sebagai berikut:

1. Terjadi perpindahan konsumen, pada konsumen sendiri dalam membeli produk akan memilih barang atau jasa yang dianggap lebih terjangkau jika memiliki kualitas produk serupa.
2. Konsumen mungkin akan menghadapi penurunan pilihan produk dan layanan, dapat mengurangi kemungkinan untuk memilih produk dengan harga, fitur, atau kualitas yang berbeda sesuai dengan preferensi mereka.
3. Penurunan pendapatan, pelaku usaha yang terdampak dan terpinggirkan dari kompetisi hingga terancam keluar dari pasar dan Pelaku usaha akan mengalami kesulitan dalam mengalokasikan sumber daya untuk inovasi dan pengembangan produk baru.

Praktik monopoli juga dapat menghambat pertumbuhan ekonomi secara umum. Dominasi pasar akan mengurangi motivasi perusahaan dominan untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas produknya. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan sektor industri dan menurunkan daya saing perekonomian suatu negara di kancah dunia. Selain itu, persaingan tidak sehat dapat menghambat investasi pelaku ekonomi lain, sehingga pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Secara umum, dampak negatif dari predatory pricing adalah distorsi pasar, berkurangnya inovasi dan risiko terbentuknya monopoli.

Mengingat kondisi ini, penting untuk menjaga pasar yang sehat dan kompetitif serta melindungi konsumen.

Upaya Hukum Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha Yang Dirugikan Akibat Predatory Pricing Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

1. Analisis Praktik Predatory Pricing Oleh Pelaku Usaha Skincare pada Social Commerce

Permendagri 31/2023 tidak secara khusus membahas predatory pricing, karena umumnya hal ini lebih terkait dengan regulasi di bidang persaingan usaha yang biasanya diatur oleh otoritas seperti KPPU di Indonesia, tetapi mengatur aspek ekonomi dan bisnis di tingkat lokal dapat memiliki implikasi terhadap kegiatan ekonomi termasuk praktik seperti predatory pricing, jika terkait dengan regulasi harga atau persaingan usaha yang lebih luas. Permendagri juga dapat berperan dalam memfasilitasi kerja sama antar pemerintah daerah untuk memastikan bahwa regulasi ini diterapkan secara konsisten di seluruh wilayah. Ini penting untuk menjaga keadilan dan kepastian hukum dalam bisnis, sehingga pelaku usaha dapat beroperasi dalam lingkungan yang adil dan berdaya saing. Berdasarkan pasal 13 permendagri perizinan dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan elektronik sebagai pemberi layanan dalam kegiatan usaha harus berperan aktif dalam menjaga harga barang yang terbebas praktik manipulasi barang, dalam hal ini social commerce berupaya dalam melakukan pengawasan, pencegahan serta penanggulangan bentuk persaingan usaha tidak sehat. Perlindungan terhadap kepentingan konsumen juga harus menjadi fokus dalam analisis ini. Regulasi yang efektif dapat membantu memastikan bahwa konsumen dilindungi dari praktek harga yang tidak adil dan memberikan mereka pilihan yang lebih baik dalam memilih produk dan layanan.

Market power erat kaitannya dengan pangsa pasar, karena market power pelaku usaha ditentukan oleh pangsa pasar yang dikuasainya. Pangsa pasar di sini mewakili kekuatan pasar pelaku usaha skincare, dan kekuatan pasar ini dapat digunakan untuk menetapkan harga yang kompetitif atau mencegah persaingan (*barrier to entry*). Untuk menganalisis dengan menurut UU persaingan usaha sendiri, peneliti pertama-tama menggunakan pengertian dari jual rugi sesuai peraturan dengan membagi ke beberapa unsur dari pengertian tersebut antara lain:

a. Unsur Pelaku Usaha

Pasal 1 angka 5 menerangkan tentang pelaku usaha adalah orang atau perorangan atau badan usaha dalam bentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang kegiatan usaha didirikan dan berkedudukan wilayah negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama. Pelaku Usaha yang dimaksud adalah @Beatcastle1, @Minxhouse, @Berlishoppa.

b. Unsur Pemasok

Berdasarkan Pasal 15 UU persaingan usaha pemasok merupakan penyediaan pasokan oleh pelaku usaha baik berbentuk barang atau jasa dalam jual beli. Dalam Penelitian ini pelaku usaha skincare menyediakan pasokan serta menjual produk skincare.

c. Unsur Barang

Berdasarkan Pasal 1 angka 16 UU persaingan usaha barang adalah benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperjualbelikan oleh pelaku usaha dan dimanfaatkan oleh konsumen. Barang yang diperjualbelikan adalah skincare.

d. Unsur Jasa

Pasal 1 angka 17 menerangkan bahwa jasa adalah layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan oleh pelaku usaha dan dimanfaatkan oleh konsumen. Untuk jasa tidak terdapat yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

e. Unsur Jual Rugi

Jual rugi adalah menentukan harga atau nilai yang ditentukan oleh pelaku ekonomi jauh lebih rendah dari pada pesaingnya atau lebih rendah dari pada biaya produksi. Unsur ini sudah terpenuhi berdasarkan data yang menunjukkan bahwa toko tersebut menjual rugi barang tersebut.

f. Unsur Harga yang sangat rendah

Harga yang sangat rendah merupakan harga yang ditentukan oleh pelaku ekonomi yang lebih rendah dari pada biaya produksi. Penetapan harga barang yang tidak sesuai dengan harga pasaran termasuk ke dalam unsur harga yang sangat rendah. Untuk harga yang mereka jual rugi dengan kira-kira persentase 30%-50% dibanding pelaku usaha lain.

g. Dengan maksud

Frasa “Dengan maksud” mempunyai arti bahwa tindakan tersebut yang dilakukan oleh pelaku usaha terdapat tujuan. Tujuan yang ingin dicapai pada perilaku pelaku usaha ini adalah

untuk membuat dengan menjaring banyak konsumen.

h. Unsur Menyingkirkan atau mematikan

Menyingkirkan atau mematikan mempunyai arti bahwa tujuan yang dilakukan untuk menyingkirkan atau mengeluarkan pesaing dari pasar menjadi gulung tikar. Jika ditinjau menjual harga produk dengan sangat rendah, untuk menyingkirkan pelaku usaha lain yang berada pada pasar yang bersangkutan.

i. Unsur Usaha Pesaing

Usaha pesaing merupakan pelaku ekonomi yang mempunyai kegiatan usaha dalam pasar atau bidang yang sama. Untuk pesaing pada social commerce sendiri banyak sekali pelaku usaha skincare.

j. Unsur Pasar

Berdasarkan pasal 1 angka 9 UU persaingan usaha pasar adalah tempat yang menyediakan fasilitas yang mendukung dalam melakukan jual beli dan para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa. Termasuk dalam unsur pasar dikarenakan menjual produk skincare diantara pelaku usaha skincare yang lain.

k. Unsur Pasar Bersangkutan

Pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran yang dilakukan oleh pelaku ekonomi terhadap barang dan jasa. Untuk jangkauannya sendiri secara umum penjualan dilakukan secara online dan tergabung dengan pelaku usaha skincare lain yang ada pada Tiktok Shop.

l. Unsur Praktek Monopoli

Berdasarkan Pasal 1 angka 2 UU persaingan usaha monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku ekonomi sehingga timbul penguasaan atas produksi atau distribusi barang atau jasa yang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat, sehingga dapat merugikan kepentingan umum. Dalam praktek yang perbuatan yang dilakukan yaitu melakukan predatory pricing terhadap penjualan produk skincare melalui social commerce.

m. Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat

Berdasarkan pasal 1 angka 6 UU persaingan usaha adalah persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antara pelaku ekonomi yang dilakukan secara tidak sehat, yang melanggar ketentuan UU persaingan usaha dengan melakukan penghambatan pesaingnya atau mengganggu kegiatan produksi terhadap pemasaran barang dan jasa. Jelas termasuk persaingan usaha tidak sehat karena jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha skincare tersebut sudah merugikan pesaing usaha lainnya karena sudah membuat harga pasar menjadi jomplang.

Setelah dianalisis pandangan penulis melihat pelanggaran praktek predatory pricing dengan melihat pada unsur-unsur dan dikorelasikan, telah memenuhi unsur predatory pricing. Penulis juga beranggapan bahwa predatory pricing yang dilakukan oleh pelaku usaha skincare ini jelas melanggar ketentuan pasal 20 dalam UU persaingan usaha. Hal ini dapat menyebabkan pelanggaran terhadap perlindungan hak-hak dari konsumen. Adapun lainnya seperti merugikan usaha lain yang dapat menyebabkan matinya para pelaku usaha yang telah lama menggeluti bidang ini.

Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Oleh Pelaku Usaha Lain Akibat Predatory Pricing Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Upaya hukum yang dapat dilakukan melalui proses KPPU, pada umumnya status KPPU dalam Pasal 30 ayat (2) dan (3) disebutkan bahwa: "KPPU langsung bertanggung jawab kepada presiden." Yang mana KPPU ini dalam melaksanakan tugas-tugas pemerintah dan kekuasaan tertinggi berada di bawah presiden. Prosedur penanganan perkara terhadap pelanggaran UU persaingan usaha, diatur dalam pasal 38 sampai pasal 46. Keseluruhan prosedur penanganan perkara oleh KPPU adalah sebagai berikut:

- Penyampaian laporan kepada KPPU, laporan ini dapat dilakukan oleh pihak ketiga yang mengetahui terjadinya pelanggaran, pelaku usaha lain sebagai pihak yang dirugikan atau atas inisiatif dari KPPU
- Pemeriksaan pendahuluan. terdiri dari tim pemeriksa pendahuluan, kegiatan pemeriksaan pendahuluan, hasil pemeriksaan pendahuluan,
- Pemeriksaan lanjutan, serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk menemukan ada atau tidaknya bukti pelanggaran terhadap pelapor dengan memeriksa keterangan terlapor atau saksi dan memeriksa alat bukti lainnya.
- Sidang majelis dan Putusan KPPU. Dalam sidang beranggotakan tiga orang anggota KPPU

dan dinyatakan terbuka untuk umum.

- e. Pemberitahuan keputusan kepada pelaku usaha.
- f. Pelaku usaha mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri terhadap putusan KPPU selambat-lambatnya 14 hari sejak diterimanya.
- g. Pengadilan Negeri memutus putusan atas keberatan pelaku usaha dalam waktu paling lama 30 hari sejak dimulainya pemeriksaan keberatan.
- h. Dapat mengajukan Upaya hukum kasasi ke Mahkamah Agung dan Mahkamah Agung.

Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam tenggang waktu 14 (empat belas) hari setelah menerima putusan KPPU dianggap menerima putusan. Terdapat 2 (dua) metode dalam melakukan putusan, yaitu secara sukarela dan dengan Upaya paksa. Pelaksanaan putusan secara sukarela maksudnya adalah pelaku ekonomi yang telah terbukti meleakakukan pelanggaran persaingan usaha tidak sehat dengan melakukan kewajibannya sesuai pada amar putusan. Jangka waktu 30 (tiga puluh) hari setelah menerima putusan, pelaku usaha melakukan putusan tersebut dan melaporkan pelaksanaannya kepada KPPU. Upaya paksa yang dimaksud adalah apabila dilaksanakan secara paksa dengan 2 (dua) Upaya hukum, antara lain:

1. KPPU dengan memohon penetapan kepada pengadilan negeri
2. KPPU menyerahkan putusan kepada penyidik guna melakukan penyidikan

Sanksi-sanksi yang dapat dijatuhkan terhadap pelanggaran ketentuan UU persaingan usaha di atas diuraikan secara sistematis sebagai berikut:

A. Sanksi Administratif

- a. Sanksi administratif diatur dalam Pasal 47 ayat (2) yang menyatakan sebagai berikut:
- b. Penetapan pembatalan perjanjian
- c. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertikal,
- d. Perintah bagi pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
- e. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan
- f. Penetapan pembatalan atau pengabungan atau peleburan badan usaha pengambilalihan saham.
- g. Penetapan pembayaran ganti rugi.
- h. Pengenaan denda serendahnya Rp.1.000.000.000,00 (Satu milyar rupiah) dan setingginya Rp.25.000.000.000,00 (Dua puluh lima milyar rupiah)

B. Sanksi Pidana

1. Pidana Pokok

Sebaaimana dalam pasal 48 UU persaingan usaha, antara lain:

- 1) Pelanggaran Pasal 4, Pasal 9 sampai dengan Pasal 14, Pasal 16 sampai dengan Pasal 19, Pasal 25, Pasal 27, dan Pasal 28 dikenakan denda pinda serendahnya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 6 (enam) bulan.
- 2) Pelanggaran Pasal 5 sampai dengan Pasal 8, Pasal 15, Pasal 20 sampai dengan Pasal 24, dan Pasal 26 Undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 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.
- 3) Pelanggaran Pasal 41 Undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 3 (tiga) bulan.

2. Pidana Tambahan

Sebagaimana dalam Pasal 48 UU persaingan usaha, antara lain:

- a. Pencabutan izin usaha; atau
- b. Larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap undang-undang ini 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.

KESIMPULAN

Dampak dari praktik ini adalah berpotensi menurunnya jumlah pemain lokal di pasar dan akhirnya mengakibatkan kontrol harga oleh segelintir pemain besar. Penelitian ini menemukan bahwa praktik predatory pricing di TikTokShop, dilakukan dengan tujuan strategis untuk mendominasi pasar. Praktik ini diidentifikasi melalui penetapan harga yang jauh di bawah harga pasar, yang dalam jangka pendek tampak menguntungkan konsumen, tetapi dalam jangka panjang merugikan karena menghilangkan kompetisi dan mengarah pada monopoli.

Proses penyelesaian persaingan usaha biasanya dimulai dari penyelidikan dan pemeriksaan atas dugaan pelanggaran, dilanjutkan dengan persidangan oleh KPPU, dan diakhiri dengan putusan yang bisa mencakup sanksi administratif, seperti denda atau perintah untuk menghentikan praktik yang melanggar. melindungi konsumen dan pelaku usaha dari praktik-praktik yang merugikan. Dalam hal adanya keberatan atau ketidakpuasan terhadap putusan, pihak-pihak yang terlibat memiliki hak untuk mengajukan upaya hukum, seperti banding atau kasasi, sesuai dengan ketentuan yang berlaku

DAFTAR PUSTAKA

buku

Usman, R. (2013). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.

Jurnal

Febrina, R. (n.d.). Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha. *Jurnal Selat*, 10-11.

Herfian, R. H. (n.d.). Tindakan Menghambat Masuk (Barrier To Entry) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha. 2023.

Indratma, H. F. (2021). Pemberian Voucher Promo oleh Gojek Ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha. *Media Of Law and Sharia*.

Rena. (2023). Problematika Normatif dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Terkait Larangan Social-Commerce pada Tiktok Shop. *Jurnal Crepido*, 2.

Wijaya, T. (4). *Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Universitas Jadid Paiton.