

**DAMPAK NEGATIF PRAKTIK *PREDATORY PRICING* TERHADAP
PERSAINGAN USAHA
(Studi Putusan KPPU No. 03/KPPU-L/2020)**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Muhammad Alfath Satrio Puruhito

NIM : 19410433

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

**DAMPAK NEGATIF PRAKTIK PREDATORY PRICING TERHADAP
PERSAINGAN USAHA
(Studi Putusan KPPU No. 03/KPPU-L/2020)**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Muhammad Alfath Satrio Puruhito

NIM : 19410433

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

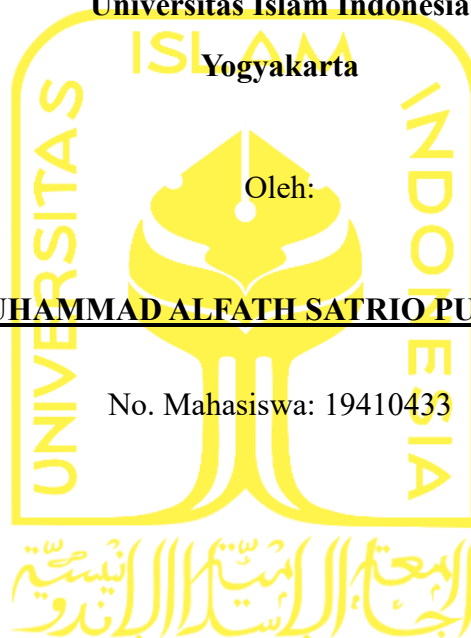
2023

**DAMPAK NEGATIF PRAKTIK PREDATORY PRICING TERHADAP
PERSAINGAN USAHA
(Studi Putusan KPPU No. 03/KPPU-L/2020)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum**

Universitas Islam Indonesia



Oleh:

MUHAMMAD ALFATH SATRIO PURUHITO

No. Mahasiswa: 19410433

PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN



**DAMPAK NEGATIF PRAKTIK PREDATORY PRICING
TERHADAP PERSAINGAN USAHA (STUDI PUTUSAN KPPU NO
03/KPPU-L/2020)**

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk
diajukan ke depan TIM Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendararan

pada tanggal 18 Oktober 2023

Yogyakarta, 2 Oktober 2023
Dosen Pembimbing Tugas Akhir,

Siti Anisah, Dr., S.H., M.Hum.





**DAMPAK NEGATIF PRAKTIK PREDATORY PRICING
TERHADAP PERSAINGAN USAHA (STUDI PUTUSAN KPPU NO
03/KPPU-L/2020)**

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam

Ujian Tugas Akhir / Pendaratan
pada tanggal dan Dinyatakan LULUS
Yogyakarta, 18 Oktober 2023

Tim Penguji

1. Ketua : Siti Anisah, Dr., S.H., M.Hum.
2. Anggota : Ridwan Khairandy, Prof. Dr., S.H., M.H.
3. Anggota : Ratna Hartanto, S.H., LL.M.

Tanda Tangan



Mengetahui:

Universitas Islam Indonesia
Fakultas Hukum

Dekan,



Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.H.

NIK. 01410010 9

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH/TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **Muhammad Alfath Satrio Puruhito**

NIM : **19410433**

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa skripsi yang berjudul:

**DAMPAK NEGATIF PRAKTIK *PREDATORY PRICING*
TERHADAP PERSAINGAN USAHA
(Studi Putusan KPPU No. 03/KPPU-L/2020)**

Karya tulis ilmiah berupa skripsi ini saya ajukan kepada tim penguji dalam ujian pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah berupa skripsi ini adalah benar-benar hasil karyasaya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa saya menjamin hasil karya ilmiah ini benar-benar asli (orisinil) bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan penjiplakan karya

ilmiah (*plagiat*); dan

3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik karya tulis ilmiah ini ada pada saya, namun demi untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya tulis ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama pernyataan pada butir 1 dan 2), saya sanggup menerima sanksi baik administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersikap kooperatif untuk hadir, menjawab membuktikan, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya serta menandatangani Berita Acara terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya, didepan 'Majelis' atau 'Tim' Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas, apabila tanda-tanda plagiat disinyalir ada/terjadi pada karya tulis ilmiah saya ini oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Yogyakarta, 4 Oktober 2023

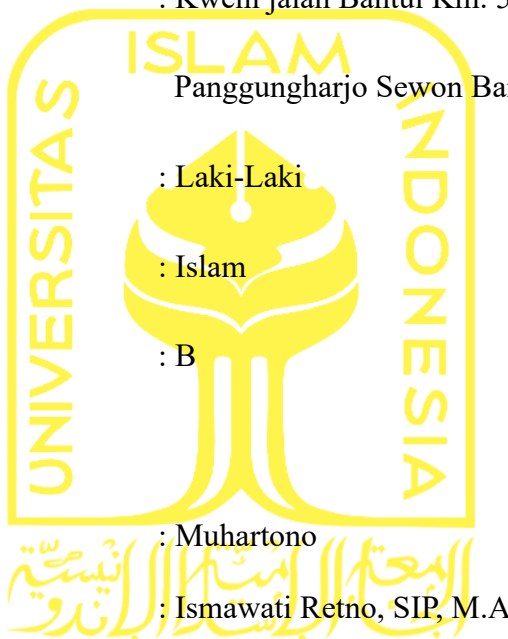
Pembuat Pernyataan,



Muhammad Alfath Satrio Puruhito

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Muhammad Alfath Satrio Puruhito
2. Tempat/Tanggal Lahir : Yogyakarta/27 Desember 2000
3. Alamat Terakhir : Kweni jalan Bantul Km. 5 No.258.
Panggunharjo Sewon Bantul. 55188.
4. Alamat Asal : Kweni jalan Bantul Km. 5 No.258.
Panggunharjo Sewon Bantul. 55188.
5. Jenis Kelamin : Laki-Laki
6. Agama : Islam
7. Golongan Darah : B
8. Nama Orang Tua
 - a. Bapak : Muhartono
 - b. Ibu : Ismawati Retno, SIP, M.A
9. Pekerjaan Orang Tua
 - a. Bapak : PNS
 - b. Ibu : PNS
10. Hobby : Memancing
11. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SD Muhammadiyah Pakel
 - b. SMP : SMP N 10 Yogyakarta
 - c. SMA : SMK N 2 Yogyakarta



12. Organisasi

- a. Lembaga Eksekutif Mahasiswa UII Periode 2021-2022

13. Pengalaman Lainnya

- a. Staff Divisi Hukum Pidana Internasional CLD tahun 2021
- b. Staff Ahli LO Culture Land 2021



MOTTO

“Terkadang, orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan yang paling cerah”.

Umar Bin Khattab

"Don't count the days, make the days count."

Muhammad Ali

“Intellect is nothing without energy. Ideas are nothing without energy. High-energy people win”

Andrew Tate

"I am not in danger, Skyler. I am the danger. A guy opens his door and gets shot and you think that of me? No. I am the one who knocks!"

Walter White

"...They Will Always Be Your Priority, Your Responsibility. And A Man, A Man Provides."

Gustavo Frig

"You know, in this world, you can either make things happen or you can watch things happen."

Thomas Shelby

“It’s never too late for congratulations.”

Jimmy McGill

"I'm not gonna give up! I'm gonna work harder and be better than yesterday!"

Naruto Uzumaki

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tidak ada keberhasilan tanpa kesungguhan, tidak ada keunggulan tanpa ketekunan. Skripsi ini didedikasikan untuk semua mereka yang percaya bahwa kegigihan dan kerja keras adalah kunci menuju puncak keberhasilan. Terima kasih atas dukungan dan inspirasi yang tiada henti.

Kupersembahkan juga penelitian sederhana ini kepada:

Bangsa dan Negaraku Indonesia

Almamaterku, Universitas Islam Indonesia

Dan semua orang yang ada dalam hidup saya



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim.

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Rabbish rahli sadri. Wayassirli amri Wahlul uqdatam millisani Yafqahu qauli. Alhamdulillahirrabbi' alamin.

Puji Syukur Penulis haturkan kepada Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, Maha Bijaksana, Maha Adil, dan Maha Agung pencipta semesta alam raya. Shalawat beriring salam semoga tak pernah habis tercurahkan kepada Rasulullah SAW, suri tauladan dan penunjuk jalan kebenaran bagi umat manusia.

Karya tulis ilmiah berbentuk skripsi/tugas akhir dengan judul “DAMPAK NEGATIF PRAKTIK PREDATORY PRICING TERHADAP PERSAINGAN USAHA (Studi Putusan KPPU No. 03/KPPU-L/2020)” merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (Starta-1) di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa dalam karya ini masih terdapat kekurangan karena dangkalnya ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis. Oleh sebab itu, Penulis dengan hati yang lapang dan terbuka menerima kritik dan saran dari berbagai pihak yang berkesempatan membaca karya tulis ini demi pengembangan diri dalam proses belajar Penulis di masa mendatang.

Terselesainya karya ini tidak serta merta berasal dari Penulis, melainkan juga disebabkan adanya dukungan, motivasi, dan inspirasi dari faktor luar diri Penulis. Selain kepada Allah Swt, Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua Penulis **Ismawati Retno** dan **Muhartono**, atas segala pengorbanan, ketulusan, cinta, kasih, dan doanya. Semoga dengan ilmu ini, Penulis mampu mengangkat derajat orang tua di hadapan Allah Swt.
2. Kakakku tercinta, **Abra Arima Gupita Sekar Soca**, yang selalu

memberikan kasih dan sayangnya.

3. Seluruh keluarga saya yang telah mendukung dan memberikan kasih sayang selama ini.
4. Ibu **Siti Anisah, Dr., S.H., M.Hum.**, Dosen pembimbing tugas akhir dan guru intelektual yang membimbing dengan lembut dan penuh kesabaran terhadap pemikiran penulis. Dosen yang percaya dengan kemampuan mahasiswanya akan menjadi sosok hebat di masa depan. Terimakasih ibu selalu memberikan dampak positif bagi sekitar.
5. Sahabat-sahabat Penulis semasa SMK, **Alm. Marcellinus Arya, Sansa Dewa, Rifka Purnama, Kirana Amalia, Lutfia Suci, Iqbal Adi, Ghozi Azrial, Corry, Yulio, Jidan, Primadani, Afifah, Rifky Ghifary, Elsa Sabrina, Rieky Firdaus, Savina, Rozzan, Raffi Bobby, Loa Pamungkas, Nadiya Fn, Abiyasa Firman, Rafli Mbambang, Elvira, Ossa**, dan teman teman lainnya, atas dukungan dan doanya senantiasa menyertai Penulis meski dengan rentan jarak dan waktu.
6. **Asswa Karin Diva Al-Zahry** yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun selama penulis membuat tulisan ini.
7. Sahabat-sahabat Penulis seperjuangan di kampus dalam berdinamika dan berkembang bersama **Dimas Arya, Fitri Indah, Tiara Alifa, At-Thoriq, Ryan Ade Saputro, Ilsa, Mursyid, Nada Nabila, Annda Perdana, Ariq Rifki, Noval Hilmy, Taufik Arievianto, Riandiy Zentra, Rangga Maulana, Willy Nanda, Aris Indra, Al-Kindi, Zidan, Fahmi, Beryl, Irfan Fikri, Gusmar, Pamor**, dan teman teman fakultas hukum lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu satu.
8. Rekan Kerja sekaligus sahabat Penulis yaitu **Salsabila Sania Putri dan Rifki Alfian Wicaksono** yang selalu membantu dan berkembang bersama dalam menghadapi kehidupan, serta Tim Management Cherry Lust yaitu **Diar, Mas Risma, Mas Acil, dan Pele** yang tidak lelah dalam membuat hal hal keren.
9. Teman teman penulis dari **KELUARGA CEMARA YEY**, Baciro,

Warngop Ngopo, STEMSA, REM, Tim 410, Sinar Gemilang, Sorea Urban Forrest, Warung Eyup, Bengkel Cat Paranoid, Jasa Angkut Yk, Los Jantos, Teras Hijau Family, Nikoholic, Pakis Homies, Kontrakan Gusmar, sahabat sahabat di twitter penulis, dan teman teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

10. Sahabat sahabat penulis seperjuangan yaitu **Saniko Rama, Handaru, Gian, Meisye, Wak Den, dan Kevin** yang menjadi inspirasi dan pengarah bagi penulis dalam melakukan banyak hal.
11. Teman, Rekan, Sahabat penulis dalam kegiatan kartikum **Lanang Wiji, Shafa, Tasya, Aqil, badruz, Wira, Ferry, Zulfah, Asma, Saphira, Ilyas, Ilham, Putri, Afifah** serta teman teman lain dan panitia yang turut serta memeriahkan kegiatan kartikum yang penulis jalani.
12. Teman penulis dalam bermain *PlaySatation* **Asrop Ariq, Asrop Rangga, Asrop Ipan, Asrop Ipang, Asrop Bobbi, serta Asrop-Asrop lain** yang selalu kalah dalam melawan penulis.

Akhir kata, Penulis kembali menyampaikan terimakasih kepada seluruh pihak yang secara langsung atau tidak langsung berkontribusi atas karya ini meski hanya melalui pemikiran sederhana. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi khalayak yang berkesempatan membaca. *Aamiin.*

Wassalammualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 2 Oktober 2023

Penulis,

Muhammad Alfath Satrio Puruhito

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
CURRICULUM VITAE	vii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Orisinalitas penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	10
1. Konsep Teori Perdagangan	10
2. Konsep Persaingan Usaha.....	11
3. Pembuktian Predatory Pricing	11
F. Definisi Oprasional.....	12
1. Praktik Predatory Pricing	12
2. Persaingan Usaha tidak sehat.....	13
3. Dampak Terhadap Pasar	13
G. Metode Penelitian	13
1. Jenis Penelitian.....	13
2. Pendekatan Penelitian	14
3. Objek Penelitian.....	14

4. Sumber Data Penelitian.....	14
5. Metode Pengumpulan Data.....	14
6. Analisis Data.....	15
H. Kerangka Skripsi	15
BAB II PERDAGANGAN, PERSAINGAN USAHA, DAN PREDATORY PRICING	17
A. Konsep Teori Perdagangan.....	17
1. Perdagangan Internasional	17
2. Perdagangan Domestik	19
B. Konsep Persaingan Usaha	22
C. <i>Predatory Pricing</i>	50
D. <i>Predatory Pricing</i> menurut Islam.....	69
BAB III HASIL PENELITIAN.....	71
A. Pembuktian <i>Predatory Pricing</i> dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020	71
B. Dampak negatif dari terjadinya praktik <i>Predatory Pricing</i> dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/20200.....	108
BAB IV	118
KESIMPULAN	118
A. Kesimpulan.....	118
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120

ABSTRAK

Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020 tentang kasus *predatory pricing* di industri semen Kalimantan Selatan. Dalam kasus ini, terlapor adalah perusahaan baru yang memasuki pasar semen pada 2015, dengan cepat meningkatkan pangsa pasarnya sementara pesaing mengalami penurunan. Analisis mengungkapkan bahwa bukti mendukung pembuktian *predatory pricing* melalui pendekatan *pre-cost test* dan *recoupment test*, dengan menerapkan pendekatan *rule of reason*. Praktik *predatory pricing* ini memiliki dampak negatif yang meluas, termasuk penurunan persaingan sehat, merugikan konsumen, menghambat inovasi, dan potensial menciptakan monopoli. Penurunan harga yang tajam mengancam pesaing keluar dari pasar dan pesaing lain mengalami penurunan pendapatan. Implikasinya tidak hanya pada pelaku usaha, tetapi juga ekonomi secara keseluruhan. Pemerintah dan lembaga pengawas harus melakukan pengawasan, menerapkan uji efektif, serta kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan konsumen untuk menjaga persaingan sehat. Pentingnya pendekatan *rule of reason* juga ditekankan untuk menghindari penilaian berlebihan terhadap praktik bisnis yang sah. Diharapkan langkah-langkah ini mampu menciptakan lingkungan bisnis adil, inovatif, dan berkelanjutan, melindungi kepentingan konsumen serta masyarakat secara menyeluruh.

Kata Kunci: dampak negatif, persaingan usaha, *predatory pricing*,

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dalam satu dekade terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai upaya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi seperti, meningkatkan investasi dalam infrastruktur, memperkuat sektor manufaktur, mengurangi birokrasi, dan mendorong pertumbuhan sektor ekonomi digital. Meskipun pandemi *COVID-19* mengakibatkan perlambatan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020. Salah satu peran penting dalam terjadinya pertumbuhan ekonomi adalah sektor usaha dan dagang. Sektor usaha dan dagang merupakan dua hal yang saling terkait dalam perekonomian. Sektor usaha mencakup semua aktivitas ekonomi yang terlibat dalam produksi, distribusi, dan penjualan barang dan jasa. Sedangkan, sektor dagang meliputi semua aktivitas yang terkait dengan jual beli barang atau jasa.¹

Sektor usaha dan dagang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi karena kontribusi yang diberikan terbilang signifikan yaitu dapat menciptakan lapangan kerja yang dapat meurunkan angka pengangguran serta meningkatkan prosentase daya hidup masyarakat, dan menambah pendapatan nasional. Di dalam sektor usaha terdapat berbagai jenis usaha yang dapat diidentifikasi berdasarkan jenis kegiatan yang dilakukannya. Beberapa sektor usaha

¹ Pengelola Web Direktorat SMP, Kegiatan Ekonomi: Produksi, Distribusi, dan Konsumsi, *Direktorat Sekolah Menengah Pertama*, diakses dari <https://ditsmp.kemdikbud.go.id/kegiatan-ekonomi-produksi-distribusi-dan-konsumsi/>, pada tanggal 6 Juni 2023, pukul 22:31 WIB.

yang paling umum di Indonesia antara lain adalah pertanian, industri, perdagangan, jasa, dan keuangan.²

Sektor dagang sendiri terdiri atas berbagai jenis usaha yang dapat dikategorikan berdasarkan asal barang atau jasa yang diperdagangkan. Beberapa jenis sektor dagang yang umum antara lain adalah perdagangan domestik dan internasional, *e-commerce*, perdagangan ritel, dan perdagangan grosir. Sektor usaha dan dagang terkait dan terikat dalam regulasi serta kebijakan pemerintah. Hal ini bertujuan untuk menciptakan persaingan ekonomi yang bersih, sehat, dan terbebas dari monopoli. Regulasi pemerintah yang bertujuan untuk melindungi lingkungan ekonomi yang bersih dan terbebas dari monopoli terdapat pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Undang-Undang No 5. Tahun 1999).

Salah satu bentuk dari persaingan usaha tidak sehat adalah praktik *predatory pricing*. Praktik *predatory pricing* merupakan suatu strategi pemasaran dimana sebuah perusahaan menetapkan harga jual produk atau jasa di bawah harga produksinya dengan tujuan untuk mengeliminasi pesaing dan memonopoli pasar. Perilaku tersebut bertentangan dengan Pasal 20 Undang-Undang No 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 praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”³

² Yovita, Jenis Sektor Usha di Indonesia, Pelajari, dan Mulai Kesuksesan Anda, *Midtrans*, diakses dari <https://midtrans.com/id/blog/jenis-sektor-usaha>, pada tanggal 8 Juni 2023, pukul 14:45 WIB

³ Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999

Contoh kasus dugaan *predatory pricing* terdapat dalam Putusan No. 03/KPPU-L/2020. Dalam kasus ini Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) telah membuktikan adanya *predatory pricing* yang dilakukan oleh perusahaan semen di Indonesia. Perusahaan semen tersebut dinyatakan melakukan praktik *predatory pricing* dengan menjual produk semen dengan harga yang lebih rendah daripada biaya produksinya. Akibatnya, beberapa pesaing di pasar semen mengalami kerugian dan tereliminasi dari pasar. KPPU menyatakan bahwa praktik *predatory pricing* merugikan efisiensi pasar dan keseimbangan persaingan yang sehat, sehingga memberikan sanksi kepada perusahaan semen tersebut.⁴ Kasus ini menunjukkan bahwa praktik *predatory pricing* bukan hanya terjadi di pasar internasional, tetapi juga terjadi di dalam negeri. Oleh karena itu, pengawasan dan penegakan hukum terhadap praktik ini perlu dilakukan secara ketat untuk melindungi kepentingan pesaing, konsumen, dan stabilitas pasar secara keseluruhan.⁵

Pada kasus tersebut menunjukkan bahwa praktik *predatory pricing* merupakan salah satu bentuk dari kegiatan praktik monopoli. Praktik jual rugi dengan tujuan menyingkirkan atau mematikan pelaku usaha pesaingnya di pasar dalam konteks persaingan usaha adalah suatu perilaku pelaku usaha yang umumnya memiliki posisi dominan dipasar atau sebagai pelaku usaha *incumbent* menetapkan harga yang merugikan secara ekonomi selama suatu jangka waktu yang cukup panjang. Strategi ini dapat mengakibatkan pesaingnya tersingkir dari pasar bersangkutan dan/atau menghambat pelaku usaha lain untuk masuk ke pasar.⁶

⁴ Putusan KPPU No. 03/KPPU-L/2020

⁵ Putusan KPPU atas PT Conch South Kalimantan Cement Dikuatkan Mahkamah Agung, *KPPU*, diakses dari <https://kppu.go.id/blog/2021/08/putusan-kppu-atas-pt-conch-south-kalimantan-cement-dikuatkan-mahkamah-agung/>, pada tanggal 6 Juni 2023, pukul 22:34 WIB

⁶ Andi Hamzah, *Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) yang Dilakukan Pelaku Usaha dalam Perspektif Persaingan Usaha*, Jurnal Dinamika Hukum, vol. 12, no. 2, 2012, hlm 12

Praktik *predatory pricing* dalam kasus ini dilakukan oleh perusahaan semen dengan tujuan menyingkirkan atau mematikan pesaing di pasar.⁷ Dengan menetapkan harga di bawah biaya produksi, perusahaan tersebut menciptakan hambatan yang signifikan bagi pesaing, mengakibatkan pesaing kehilangan pangsa pasar dan sulit bersaing secara adil. Praktik seperti ini tidak hanya merugikan pesaing yang tereliminasi, tetapi juga dapat menghambat masuknya pelaku usaha baru ke pasar, membatasi variasi produk, dan merugikan konsumen dengan keterbatasan pilihan dan harga yang tidak efisien.

Pembahasan mengenai kejadian praktik *predatory pricing*⁷ yang terjadi pada PT Conch South Kalimantan Cement (PT CSKC) merupakan sebuah contoh yang menarik dalam konteks persaingan usaha di pasar. *Predatory pricing*, atau harga jual rugi, adalah praktik yang dilakukan oleh perusahaan incumbent atau dominan dalam suatu pasar dengan sengaja menetapkan harga jual produk atau jasa mereka di bawah biaya produksi atau di bawah harga yang dapat dipertanggungjawabkan secara ekonomi untuk sementara waktu.

Pembuktian praktik *predatory pricing* merupakan tugas yang memerlukan analisis dan investigasi yang seksama. Lembaga pengawas persaingan, seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) di Indonesia, harus mengumpulkan bukti dan data yang kuat untuk mendukung dugaan pelanggaran tersebut. Proses ini melibatkan pengumpulan data harga dan biaya produksi dari perusahaan yang terlibat, serta analisis terhadap tren harga dan perilaku pasar. Selain itu, KPPU juga akan memeriksa adanya indikasi kerjasama antara perusahaan yang terlibat dalam praktik harga jual

⁷ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Putusan Kasus No. 03/KPPU-L/2020 (Jakarta: KPPU, 2020)

rugi. Pembuktian dilakukan dengan berlandaskan pada standar hukum dan prinsip persaingan yang adil untuk mencapai keputusan yang akurat dan berkeadilan.

Langkah-langkah tegas diambil oleh KPPU untuk menangani kasus *predatory pricing* seperti ini. KPPU memiliki berperan penting dalam menjaga keadilan persaingan usaha, melindungi kepentingan pesaing, konsumen, dan stabilitas pasar. Melalui pengawasan yang ketat dan penegakan hukum yang adil, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis yang sehat, berkeadilan, dan memberikan manfaat bagi semua pihak terkait. Dalam jangka panjang, praktik *predatory pricing* dapat mengakibatkan dampak negatif bagi pasar. Pelaku usaha yang berhasil mengeliminasi pesaingnya dengan harga rendah dapat menguasai pasar dan menetapkan harga yang lebih tinggi setelah pesaing tereliminasi. Selain itu, praktik ini juga dapat mencegah pesaing baru masuk ke pasar, menghambat perkembangan industri, dan mengurangi pilihan konsumen.

Penegakan hukum terhadap *predatory pricing* penting untuk menjaga persaingan yang adil dan melindungi kepentingan konsumen serta pesaing. Lembaga pengawas persaingan seperti KPPU memegang peran utama dalam mengawasi dan menindak praktik ini. Mereka memiliki kewenangan untuk melakukan investigasi, mengeluarkan keputusan, dan memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang terbukti melakukan *predatory pricing*.⁸ Dalam melakukan pembuktian terhadap praktek ini, perlu memperhatikan dasar dan pedoman yang ada. Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 menggunakan pendekatan "*rule of reason*" atau "aturan akal sehat" dalam menilai

⁸ Tugas dan Wewenang, KPPU, diakses dari <https://kppu.go.id/tugas-dan-wewenang/>, pada tanggal 8 Juni 2023, pukul 17:04 WIB

kasus *predatory pricing*. Dalam putusan yang dianalisis, terdapat praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang melanggar ketentuan tersebut.

Aturan berbasis biaya dapat mendorong *incumbent* untuk mempertahankan kapasitas produksi yang berlebihan dan menetapkan harga di bawah biaya produksi. Namun, tidak semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dominan dapat dianggap sebagai *predatory pricing*. Oleh karena itu, dalam menganalisis situasi ini, perlu dipertimbangkan juga niat dari perusahaan *incumbent* dan konsekuensi dari tindakan-tindakan yang dilakukannya. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, dapat dilakukan evaluasi yang lebih komprehensif untuk mengidentifikasi *predatory pricing* dengan lebih akurat.⁹

Uji coba "*rule of reason*" berupaya menetapkan perilaku predator dengan mempertimbangkan semua bukti yang ada, berbeda dengan tes yang hanya fokus pada hubungan biaya-harga. Scherer menekankan perlunya penyelidikan menyeluruh terhadap faktor-faktor terlibat, termasuk analisis ekonomi dan historis serta penekanan pada niat dan konsekuensi perilaku tersebut. Ia menentang aturan berbasis biaya jangka pendek, menyatakan hal ini dapat mengabaikan efisiensi alokasi jangka panjang dan berpotensi menghasilkan perilaku pasif dan kapasitas berlebih oleh perusahaan dominan.¹⁰ Namun, dikhawatirkan bahwa aliran informasi yang besar dapat menjadi hambatan praktis bagi otoritas persaingan, dan pendekatan semacam ini juga dapat menciptakan ketidakpastian hukum. Perusahaan yang terlibat dalam persaingan harga mungkin tidak tahu kapan kebijakan penetapan harga mereka dianggap sebagai perilaku predator ilegal. Meskipun tes Areeda dan Turner dianggap

⁹ Simge Şaşmaz, *Op.Cit*, hlm 5

¹⁰ Christian Barthel, *Predatory Pricing Policy under EC and US Law*, Faculty Of Law University Of Lund, 2002, Hlm 19

sebagai "hukum yang baik berdasarkan ekonomi yang buruk", rekomendasi Scherer dianggap sebagai "hukum yang buruk berdasarkan ekonomi yang baik", menunjukkan perdebatan dalam menangani kasus *predatory pricing*.¹¹

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pembuktian terjadinya praktek *predatory pricing* dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020?
2. Apa dampak negatif dari terjadinya praktik *predatory pricing* dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai pada skripsi ini adalah:

1. Untuk menganalisis terjadinya praktek praktik *predatory pricing* dalam Putusan No 03/KPPU-L/2020
2. Untuk menganalisis dampak negatif dari terjadinya praktik *predatory pricing* dalam Putusan No 03/KPPU-L/2020

D. Orisinalitas penelitian

Bahwa rencana penelitian ini adalah benar-benar penelitian saya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah penelitian sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

¹¹ R.H. Koller, *When is Pricing predatory*, 24 *The Antitrust Bulletin*, 1979, hlm 286

Berdasarkan beberapa judul penelitian yang pernah diangkat oleh peneliti sebelumnya, ada beberapa judul yang mendekati dalam penelitian skripsi yang di tulis ini, antara lain:

No	Penulis	Judul	Pembahasan
1.	Ricky Sutrisno Putra, 1812011021, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung tahun 2022	“Analisis Penanganan Perkara Pelanggaran Praktik Jual Rugi (<i>Predatory Pricing</i>) (Studi Putusan Perkara Jual Rugi oleh PT Conch South Kalimantan Cement)	Skripsi ini menggunakan bentuk penelitian yuridis normatife dimana penulis menekankan Implementasi dari Penanganan Perkara Pelanggaran Praktik Jual Rugi pada PT Conch South Kalimantan Cement.
2.	Gea Tamssa, Magister Ilmu Hukum Tahun 2021	“Penggunaan Pendekatan Rule of Reason dalam Tindakan Jual Rugi (<i>Predatory Pricing</i>) Produk Semen (Studi Terhadap Putusan KPPU No.: 03/KPPU-L/2020)	Tesis ini menggunakan penelitian yuridis normatif dan yuridis empiris dimana penulis menekankan bahwa keputusan Majelis komisi pada perkara ini adalah tepat, penulis menyatakan bentuk atau struktur pasar oligopoli

			merupakan suatu struktur pasar yang dapat ditemukan hampir diseluruh negara di dunia
3.	Toriq Husein Akbar, 160710101239, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember Tahun 2020	“Dugaan Jual Rugi (<i>Predatory Pricing</i>) Semen Conch Di Tinjau Dari Prespektif Hukum Dagang”	Pada skripsi ini menggunakan penelitian yuridis normatif dimana penulis menekankan bahwa harga jual yang dilakukan PT conch di pasar sudah memenuhi kriteria dari pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999
4.	Andara Fadya Zahra, E1A018066, Mahasiswa Fakultas Hukum Univesitas Jendral Soedirman Tahun 2022	“ <i>Predatory Pricing</i> Oleh PT Conch South Kalimantan Cement Berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Kasus Putusan No. 1/Pdt-Sus KPPU/2021/PN.Niaga.Jkt.Pst”	Pada artikel ini menggunakan penelitian Yuridis Normatif dimana penulis menekankan pada terpenuhinya unsur unsur <i>predatory pricing</i> yang dilakukan oleh PT Conch South Kalimantan Cement

E. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Teori Perdagangan

Teori perdagangan komparatif yang diperkenalkan David Ricardo pada tahun 1817, menyatakan bahwa meskipun suatu negara kurang efisien dibanding (atau memiliki kerugian absolut) dengan negara lain dalam memproduksi dua komoditi, namun masih tetap terdapat dasar untuk dapat melakukan perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak.¹² Negara tersebut harus melakukan spesialisasi dalam memproduksi dan mengekspor komoditi yang memiliki kerugian absolut lebih kecil (ini adalah komoditi dengan keunggulan komparatif) dan mengimpor komoditi yang memiliki kerugian absolut lebih besar (komoditi ini memiliki kerugian komparatif). Kelebihan untuk teori *comparative advantage* ini adalah dapat menerangkan berapa nilai tukar dan berapa keuntungan karena pertukaran di mana kedua hal ini tidak dapat diterangkan oleh teori *absolute advantage*.¹³ Pembeli akan menukar barang atau jasa dengan sejumlah uang yang diinginkan penjual. Dalam perdagangan ada orang yang membuat yang disebut produsen. Kegiatannya bernama produksi. Jadi, produksi adalah kegiatan membuat suatu barang. Ada juga yang disebut distribusi, distribusi adalah kegiatan mengantar barang dari produsen ke konsumen. Konsumen adalah orang

¹² Rianto Nurtjahjo, Teori Keunggulan Komparatif David Ricardo, *Artikel Binus*, diakses dari [Teori Keunggulan Komparatif David Ricardo – International Business Management \(binus.ac.id\)](#) pada tanggal 23 Juni 2023 pukul 22.13 WIB.

¹³ Drs. Hilmi Rahman Ibrahim, Hamka Halkam, *Perdagangan Internasional & Strategi Pengendalian Impor*, Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, cetakan pertama 2021 hlm 7.

yang membeli barang. Konsumsi adalah kegiatan menggunakan barang dari hasil produksi.¹⁴

2. Konsep Persaingan Usaha

Persaingan usaha adalah salah satu faktor penting dalam menjalankan roda perekonomian suatu negara. Persaingan usaha (persaingan) dapat mempengaruhi kebijakan yang berkaitan dengan perdagangan, industri, iklim usaha yang kondusif, kepastian dan kesempatan berusaha, efisiensi, kepentingan umum, kesejahteraan rakyat dan lain sebagainya. Para ekonom mengatakan bahwa persaingan dalam mekanisme pasar akan memacu pelaku usaha berinovasi untuk menghasilkan produk yang bervariasi dengan harga bersaing dan akan dapat menguntungkan produsen maupun konsumen. Persaingan diharapkan menempatkan alokasi sumber daya yang sesuai dengan peruntukannya dengan efisien serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹⁵

3. Pembuktian *Predatory Pricing*

Literatur ekonomi dan hukum secara luas telah mengembangkan standar khusus untuk menentukan apakah sebuah perusahaan sedang melakukan praktik *predatory pricing* atau tidak. Salah satu literatur yang paling berpengaruh terhadap kasus ini adalah literatur Areeda dan Turner.¹⁶ Mereka menilai bahwa standar penentuan praktik ini dapat dilihat ketika sebuah perusahaan menetapkan harga di bawah biaya marjinal jangka pendeknya. Namun karena data mengenai biaya marjinal jangka pendek sulit diperoleh, mereka menyarankan untuk

¹⁴ Dr. Yudi Krismen US, S.H., M.H., *Delik-Delik Ekonomi di Luar KUHP Jilid 2*, PT PrajaGrafindo Persada, Depok, cetakan pertama 2020 hlm 79.

¹⁵ Andi Fahmi Lubis, dkk, *Hukum Persaingan Usaha*, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), Cetakan kedua, 2017, hlm 24.

¹⁶ P. Areeda dan D. Turner, '*Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act*', *Harvard Law Review*, Vol. 88, No. 4, 1975, hlm 700-703.

menggunakan data AVC (*Average Variable Cost*) sebagai proksi. Logika yang mendasari adanya penentuan ini adalah bahwa belum pernah ada perusahaan yang mendapatkan untung ketika beroperasi pada kondisi di mana harga lebih rendah dari biaya marjinal jangka pendek kecuali ada kepentingan ataupun taktik atau strategi. Penetapan harga di bawah biaya marjinal jangka pendek adalah tidak masuk akal jika tanpa prospek keuntungan dalam jangka panjang.¹⁷

Adapun tujuan utama dari *predatory pricing* untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar dan juga mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing untuk masuk ke dalam pasar yang sama. Segera setelah berhasil membuat pelaku usaha pesaing keluar dari pasar dan menunda masuknya pelaku usaha pendatang baru, maka selanjutnya dia dapat menaikkan harga kembali dan memaksimalkan keuntungan yang mungkin didapatkan. Untuk dapat melakukan perbuatan tersebut, maka pelaku usaha tersebut haruslah mempunyai pangsa pasar yang besar dan keuntungan yang akan diperoleh dapat menutupi kerugian yang diderita selama masa predator.¹⁸

F. Definisi Oprasional

1. Praktik *Predatory Pricing*

Predatory pricing adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk dengan harga di bawah biaya produksi (*average cost atau marginal cost*). Areeda dan Turner mengatakan bahwa adalah

¹⁷ Andi Fahmi Lubis, dkk, *Op.Cit.* hlm 59.

¹⁸ Peter C. Carstensen, *Predatory Pricing in the Courts: Reflection on Two Decision*, 61 Notre Dame L. Rev. 928, 1986, hlm 2.

bukan merupakan *predatory pricing* apabila harga adalah sama atau di atas biaya marginal dari produksi suatu barang.¹⁹

2. Persaingan Usaha tidak sehat

Pasal 1 angka 6 Undang Undang No. 5 Tahun 1999 menyebutkan bahwa Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku 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.

3. Dampak Terhadap Pasar

Dampak yang terjadi terhadap pasar dengan adanya predatory pricing terdapat pada aspek inovasi pasar. Dengan terbentuknya pelaku usaha yang dominan membuat pesaing usaha yang lain mengalami keterhambatan dalam membentuk inovasi atau meningkatkan produk atau layanan. Sehingga memperlambat kemajuan industri dan perkembangan teknologi serta penawaran yang lebih baik terhadap konsumen.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan yuridis normatif, yang merupakan metode penelitian hukum yang dilaksanakan melalui analisis literatur. Penulis melakukan analisis atas kasus-kasus yang terjadi pada peraturan hukum yang berlaku dan sumber-sumber pustaka yang mendukung tulisan ini. Dalam penelitian ini, acuan hukum yang digunakan adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Selanjutnya,

¹⁹ Daniel J. Gifford and Leo J. Raskind, *Federal Antitrust Law Cases and Material*, Anderson Publishing Co, 1998, hlm 438.

penulis akan menganalisis undang-undang tersebut serta permasalahan yang sedang dihadapi.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan Undang-Undang dan pendekatan kasus dengan penerapan prinsip persaingan usaha yang terkait dengan praktik *predatory pricing* pada putusan KPPU No. No. 03/KPPU-L/2020.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah putusan KPPU No. No. 03/KPPU-L/2020.

4. Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang meliputi bahan-bahan hukum sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer, yang terdiri dari :

- 1) Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- 2) Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.

b. Bahan hukum sekunder, yang terdiri dari :

- 1) Buku, makalah, maupun jurnal hukum yang ada kaitannya dengan masalah yang dikaji.
- 2) Hasil-hasil penelitian dan seminar tentang masalah hukum anti monopoli dan persaingan usaha tidak sehat
- 3) Data *online*

c. Bahan hukum tersier, berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia

5. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan. Metode ini melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber literatur, termasuk buku-buku yang berkaitan dengan Hukum Persaingan Usaha, dokumen-dokumen, dan peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Selain itu, pada peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 buku Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 yang terdapat pada dan sumber data lainnya yang relevan dengan objek penelitian juga digunakan. Sumber data yang digunakan mencakup bahan hukum primer, bahan sekunder, dan bahan hukum tersier.

6. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada kepenulisan ini adalah metode analisis data kualitatif dimana mengolah data yang bersifat narasi atau teks.

H. Kerangka Skripsi

Kerangka skripsi ini dilakukan dengan sistematika penulisan yang terdiri dari empat bab. BAB I pendahuluan. Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan. BAB II berisi tinjauan umum yang memuat dan membahas penjelasan tentang teori-teori hukum persaingan usaha yang digunakan penulis dalam meneliti yang bersumber dari peraturan perundang-undangan dan literatur-literatur yang berkaitan. BAB III memuat hasil analisis penelitian dan pembahasan dari implikasi praktik predatory pricing serta prosedur pembuktian dalam praktik

predatory pricing di Indonesia. BAB IV adalah penutup yang memuat kesimpulan dan saran sesuai dengan rumusan masalah.

BAB II

PERDAGANGAN, PERSAINGAN USAHA, DAN PREDATORY PRICING

A. Konsep Teori Perdagangan

Teori perdagangan adalah bidang studi dalam ekonomi yang mengkaji pola, prinsip, dan implikasi perdagangan antara negara. Teori ini berupaya menjelaskan mengapa negara-negara melakukan perdagangan, apa yang mereka perdagangkan, dan bagaimana perdagangan internasional mempengaruhi perekonomian global.²⁰

Salah satu konsep sentral dalam teori perdagangan adalah keuntungan komparatif, yang dikemukakan oleh ekonom David Ricardo pada abad ke-19. Keuntungan komparatif menyatakan bahwa negara-negara akan mendapatkan manfaat dari melakukan perdagangan walaupun mereka memiliki keunggulan absolut dalam produksi suatu barang. Dengan memanfaatkan keuntungan komparatif, negara dapat mengalokasikan sumber daya mereka dengan efisien dan memperoleh barang dan jasa yang tidak dapat diproduksi dengan efisien di dalam negeri.²¹

1. Perdagangan Internasional

Pada perdagangan internasional terdapat faktor-faktor yang memengaruhi pola perdagangan antara negara. Dua konsep utama dalam hal ini adalah teori keunggulan mutlak dan teori siklus produk hidup. Adapun penjelasan dari kedua teori tersebut adalah:

a. Teori Keunggulan Mutlak (*Absolute Advantage*)

²⁰ <https://www.bappenas.go.id/id/publikasi/e-kajian/16/makro/2307/teori-perdagangan-internasional>, diakses pada tanggal 23 Juni 2023 pukul 17:09 WIB

²¹ Yudi Krismen US, *Delik-Delik Ekonomi di Luar KUHP Jilid 2*, PT PrajaGrafindo Persada, Depok, cetakan pertama 2020 hlm 79.

Menurut Adam Smith dalam kritiknya berpendapat bahwa teori absolute advantage adalah Ketika setiap negara akan memperoleh manfaat perdagangan internasional (*gain from trade*) karena melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang jika negara tersebut memiliki keunggulan mutlak (*absolute advantage*), serta mengimpor barang jika negara tersebut memiliki ketidak unggulan mutlak (*absolute disadvantage*).²²

Teori keunggulan mutlak menyatakan bahwa suatu negara mengekspor barang tertentu karena bisa menghasilkan barang tersebut dengan biaya yang secara mutlak lebih murah dari negara lain, dengan kata lain, memiliki keunggulan mutlak dalam memproduksi barang tersebut. Teori keunggulan mutlak (*absolute advantage*) didasarkan pada asumsi pokok meliputi:

- 1) Faktor Produksi yang digunakan hanya tenaga kerja
- 2) Kualitas barang yang diproduksi kedua negara sama
- 3) Pertukaran dilakukan secara barter atau tanpa uang
- 4) Biaya transfer diabaikan

Untuk memahami keunggulan mutlak, berikut adalah contohnya: Jika suatu negara lebih baik dalam memproduksi suatu barang dibandingkan negara lain, tetapi lebih buruk dalam memproduksi barang lain, maka kedua negara tersebut dapat mendapatkan keuntungan dengan melakukan spesialisasi dalam memproduksi barang yang mereka lebih baik dan

²² Hady, Handy, 2009, *Ekonomi Internasional Teori dan Kebijakan Perdagangan Internasional*, Ghalia Indonesia, Bogor hlm 32

menukarkannya dengan barang lain yang mereka kurang baik dalam memproduksinya. Dengan cara ini, kedua negara bisa saling menguntungkan dalam perdagangan.²³

b. Teori Keunggulan Komparatif (*Comparative Advantage*)

Menurut hukum keunggulan komparatif yang dijelaskan David Ricarido pada 1817, meskipun suatu negara kurang efisien (mempunyai keunggulan absolut yang lebih rendah) dibandingkan negara lain dalam produksi kedua komoditas, masih ada dasar untuk perdagangan yang saling menguntungkan. Negara pertama sebaiknya melakukan spesialisasi dalam produksi dan ekspor komoditas di mana keunggulan absolutnya lebih kecil (ini adalah komoditas yang merupakan keunggulan komparatifnya) dan mengimpor komoditas di mana keunggulan absolutnya lebih besar (ini adalah komoditas yang merupakan kelemahan komparatifnya).²⁴

2. Perdagangan Domestik

Adanya perdagangan internasional memastikan juga adanya perdagangan yang terjadi pada sebuah negara yang disebut juga dengan perdagangan domestik. Perdagangan domestik adalah perdagangan yang terjadi di dalam suatu Kawasan suatu negara dan tidak menjangkau suatu wilayah di luar batas wilayah negara. Perdagangan domestik terdiri dari perdagangan nasional dan perdagangan lokal. Perdagangan nasional yaitu hubungan dagang antara parapedagang atau pelaku usaha dari suatu kota ke

²³ Ibid, hlm 33

²⁴ Wiley Dominick Salvatore, International Economics, edisi 11, *Fordam University* 2013

kota lain yang berada pada suatu kawasan negara. Perdagangan lokal adalah hubungan dagang antara parapedagang yang terjadi di dalam suatu kawasan kota, provinsi, atau kabupaten. Ciri-ciri umum perdagangan domestik adalah:

- 1) Para pihak atau pedagang saling bertemu dan mudah dihubungi;
- 2) Menggunakan mata uang lokal, baik kartal yang menjadi legal tender atau mata uang giral;
- 3) Harga ditentukan dari kekuatan tawar-menawar;
- 4) Objek yang diperdagangkan untuk perniagaan atau untuk keperluan konsumsi;²⁵

Perdagangan domestik memiliki tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara atau wilayah. Melalui perdagangan domestik, barang dan jasa dapat diproduksi dan didistribusikan secara efisien, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan. Perdagangan domestik juga dapat membantu dalam pengembangan infrastruktur transportasi, seperti transportasi laut, yang dapat membuka akses ke pasar baru dan meningkatkan perdagangan antar wilayah. Selain itu, perdagangan domestik juga dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan nasional dan menggerakkan perekonomian suatu negara.

Di Indonesia perdagangan dalam negeri diatur pada undang-undang nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan dalam negeri. Pada undang-undang tersebut dijelaskan bahwa perdagangan dalam negeri

²⁵ Eddie Rinaldy, Denny Ikhlas, Ardha Utama, *Perdagangan Internasional: Konsep dan Aplikasi*, PT Bumi Aksara, Jakarta Timur, 2018, hlm 3

adalah suatu proses kegiatan jual beli Barang atau Jasa yang sistem perdagangannya hanya mencakup wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dan tidak termasuk ke Perdagangan Luar Negeri.

Perdagangan domestik memiliki tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara atau wilayah. Melalui perdagangan domestik, barang dan jasa dapat diproduksi dan didistribusikan secara efisien, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan. Perdagangan domestik juga dapat membantu dalam pengembangan infrastruktur transportasi, seperti transportasi laut, yang dapat membuka akses ke pasar baru dan meningkatkan perdagangan antar wilayah. Selain itu, perdagangan domestik juga dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan nasional dan menggerakkan perekonomian suatu negara. Perdagangan domestik memiliki tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara atau wilayah. Melalui perdagangan domestik, barang dan jasa dapat diproduksi dan didistribusikan secara efisien, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan. Perdagangan domestik juga dapat membantu dalam pengembangan infrastruktur transportasi, seperti transportasi laut, yang dapat membuka akses ke pasar baru dan meningkatkan perdagangan antar wilayah. Selain itu, perdagangan domestik juga dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan nasional dan menggerakkan perekonomian suatu negara.²⁶

²⁶ Ruslam, dkk, *Perdagangan Antar Wilayah Indonesia*, BPS RI, Jakarta, 2021, hlm. 1.

B. Konsep Persaingan Usaha

Persaingan usaha secara terminologi yaitu suatu konsep yang kerap dipakai dalam ilmu ekonomi untuk mengerti bagaimana pembentukan harga pasar dan keputusan penetapan harga pasar dan keputusan penetapan harga oleh suatu perusahaan atau penjual. Persaingan yaitu keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba-lomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan mirip konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.²⁷

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan sebagai *tool of social control and a tool of social engineering*, yaitu sebagai “alat kontrol sosial” Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 berusaha menjaga kepentingan umum dan mencegah praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, dan sebagai “alat rekayasa sosial”. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 berusaha untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional, mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat, dan berusaha menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.²⁸

Kehadiran undang-undang no 5 tahun 1999 perlahan-lahan telah mengikis makna kata “persaingan” (*competition*) adalah sesuatu yang negatif. Undang-undang nomor 5 tahun 1999 memaknai kata persaingan menjadi hal yang positif, sebaliknya hal yang negatif dinormakan dengan istilah “persaingan usaha tidak sehat”.²⁹

²⁷ Mudrajad Kuncoro, *Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif)*, Erlangga, Yogyakarta, 2005, hlm. 86.

²⁸ Ayudha D. Prayoga, et.al., *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturnya di Indonesia*, ELIPS, Jakarta, 2000, hlm. 53.

²⁹ Siti Anisah, *Persaingan Usaha*, cetakan pertama, FH UII Press, juli 2022, hlm. 1

Persaingan usaha terbagi menjadi dua jenis, yaitu persaingan usaha sempurna (*perfect competition*) dengan persaingan usaha tidak sehat (*imperfect competition*). Persaingan usaha sempurna ini merupakan struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli dan setiap penjual maupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar. Persaingan usaha sempurna memiliki ciri-ciri sebagai berikut:³⁰

1. Menjamin persaingan di pasar yang inheren dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha dan perdagangan.
2. Menjamin kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen.
3. Membuka peluang pasar yang seluas luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.

Dengan ciri tersebut dapat diidentifikasi mengenai terjadinya persaingan usaha yang sehat. Suatu perusahaan dapat unggul dalam sebuah persaingan usaha yang sehat dengan memiliki keunggulan atas biaya, kualitas produk, dan peningkatan pelayanan terhadap konsumen.

Persaingan usaha pada prinsipnya memiliki asas dan tujuan untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat dan efektif, mendorong pelaku usaha untuk mencapai efisiensi guna bersaing secara optimal. Adapun asas dan tujuan yang terdapat pada Hukum -persaingan usaha sebagai berikut:

1. Asas Demokrasi Ekonomi

³⁰ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm. 42.

Asas dari hukum persaingan usaha sendiri diatur dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, bahwa “Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antar kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum”.³¹

Asas demokrasi ekonomi tersebut merupakan penjabaran Pasal 33 UUD 1945 dan ruang lingkup pengertian demokrasi ekonomi yang dimaksud dahulu dapat ditemukan dalam penjelasan atas Pasal 33 UUD 1945. Demokrasi ekonomi pada dasarnya dapat dipahami dari sistem ekonominya sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar.³²

Asas demokrasi ekonomi menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pelaku usaha harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan serta mematuhi peraturan yang berlaku untuk menjaga kepentingan umum.

2. Asas Keseimbangan

Ketentuan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 memuat bahwa, “pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan

³¹ Andi Fahmi Lubis. et al, *Hukum Persaingan Usaha*, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta 2017, hlm. 34.

³² *ibid*

umum”. Dari ketentuan tersebut, terdapat dua asas yang dianut dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999, yaitu asas demokrasi ekonomi dan asas keseimbangan.

3. Asas Kebebasan

Kebebasan dalam persaingan usaha berarti bahwa setiap pelaku usaha memiliki hak yang sama untuk memasuki pasar dan bersaing secara sehat. Tidak ada pelaku usaha yang diberikan perlakuan khusus atau diuntungkan oleh pemerintah atau lembaga lainnya. Hal ini bertujuan untuk mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan wajar.³³

4. Asas Keterbukaan

Keterbukaan dalam persaingan usaha berarti bahwa informasi mengenai pasar dan persaingan harus tersedia secara transparan dan terbuka bagi semua pelaku usaha. Informasi ini mencakup harga, kualitas, dan ketersediaan produk. Dengan adanya keterbukaan informasi, pelaku usaha dapat membuat keputusan yang tepat dan menghindari praktek-praktek yang tidak sehat.³⁴

5. Asas Keadilan

Keadilan dalam persaingan usaha berarti bahwa persaingan usaha harus dilakukan secara fair dan tidak merugikan kepentingan umum.

³³ Diakses melalui <https://business-law.binus.ac.id/2013/01/20/catatan-seputar-hukum-persaingan-usaha/> pada 26 Juli 2023, pukul 15:07 WIB

³⁴ Opcit

Persaingan usaha yang fair dan sehat dapat mendorong tumbuhnya inovasi, peningkatan kualitas dan keragaman produk, serta harga yang lebih kompetitif. Persaingan usaha juga dapat membantu dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara atau wilayah, meningkatkan pendapatan nasional, dan menggerakkan perekonomian suatu negara.³⁵

Dari keseluruhan asas tersebut terdapat juga tujuan dari persaingan usaha secara umum yaitu:³⁶

1. Mendorong efisiensi ekonomi: Persaingan usaha mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dalam produksi dan penggunaan sumber daya. Dalam upaya untuk bersaing, perusahaan akan berusaha menghasilkan barang atau layanan dengan biaya yang lebih rendah dan mutu yang lebih baik.
2. Melindungi kepentingan konsumen: Persaingan usaha yang sehat dapat memberikan manfaat bagi konsumen. Dengan adanya persaingan, konsumen memiliki lebih banyak pilihan produk atau layanan dengan harga yang lebih kompetitif. Persaingan juga mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen.
3. Mencegah praktek monopoli: Persaingan usaha bertujuan untuk mencegah terjadinya praktek monopoli, di mana satu perusahaan menguasai pasar dan mengendalikan harga serta persaingan.

³⁵ Zulvia Makka, Bentuk Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Pesaing terhadap Posisi Dominan dalam Penerapan *Rule of Reason*, Fakultas Hukum Universitas Borneo, *Tarak*, Vol. 02 Tahun 2021 hlm. 9.

³⁶ Andi Fahmi Lubis. Et al, *Op.Cit*, Hal 36

Dengan adanya persaingan yang sehat, perusahaan tidak dapat dengan mudah mendominasi pasar dan memanipulasi harga.

4. Mendorong inovasi: Persaingan usaha mendorong perusahaan untuk berinovasi dan mengembangkan produk atau layanan baru. Untuk tetap bersaing, perusahaan perlu terus melakukan penelitian dan pengembangan untuk menciptakan produk yang lebih baik atau inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat: Dengan adanya persaingan usaha yang sehat, diharapkan efisiensi ekonomi tercapai dan kesejahteraan masyarakat secara umum meningkat. Persaingan usaha dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi.

Dari konsep persaingan usaha terdapat beberapa elemen, antara lain:

1. Pelaku Usaha

Menurut Undang-Undang Persaingan Dagang, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan 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.³⁷

³⁷ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2021

Menurut UU Nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat menentukan pengertian “pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama, melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi”.³⁸

Pelaku ekonomi di Indonesia terdiri dari rumah tangga, perusahaan, dan pemerintah. Berikut adalah fungsi pelaku usaha dalam perekonomian Indonesia:

- a. Mendorong pertumbuhan ekonomi: Pelaku usaha menciptakan lapangan kerja, menghasilkan produk dan jasa, serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, mereka berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara.³⁹
- b. Inovasi dan pengembangan: Pelaku usaha sering kali menjadi motor penggerak inovasi dan pengembangan di berbagai sektor ekonomi. Mereka menciptakan produk baru, mengembangkan teknologi, dan meningkatkan efisiensi produksi.⁴⁰

³⁸ Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli

³⁹ Diakses pada <https://www.gramedia.com/literasi/pelaku-ekonomi/> pada 2 Agustus 2023 pukul 13:50 WIB

⁴⁰ Diakses pada <https://www.modalrakyat.id/blog/pelaku-ekonomi> pada 2 Agustus 2023 pukul 14:00 WIB

- c. Investasi: Pelaku usaha berperan dalam melakukan investasi untuk mengembangkan usaha mereka. Investasi ini dapat berupa pembangunan infrastruktur, peningkatan kapasitas produksi, atau pengembangan pasar baru. Hal ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang kerja.⁴¹
- d. Penciptaan nilai tambah: Pelaku usaha menciptakan nilai tambah melalui proses produksi, distribusi, dan pemasaran produk atau jasa. Dengan menciptakan nilai tambah, mereka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kontribusi terhadap perekonomian.⁴²
- e. Penciptaan nilai tambah: Pelaku usaha menciptakan nilai tambah Pemenuhan kebutuhan konsumen: Pelaku usaha berperan dalam memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Mereka merespons permintaan pasar dan berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan kualitas dan harga yang kompetitif.⁴³
- f. Pajak dan pendapatan negara: Pelaku usaha membayar pajak kepada pemerintah berdasarkan keuntungan yang mereka peroleh. Pajak ini menjadi sumber pendapatan bagi negara

WIB ⁴¹ *Opcit*, <https://www.gramedia.com/literasi/pelaku-ekonomi/> pada 2 Agustus 2023 pukul 13:50

WIB ⁴² *Opcit*, <https://www.gramedia.com/literasi/pelaku-ekonomi/> pada 2 Agustus 2023 pukul 13:50

WIB ⁴³ *Opcit*, <https://www.gramedia.com/literasi/pelaku-ekonomi/> pada 2 Agustus 2023 pukul 13:50

untuk membiayai berbagai program dan kegiatan Pembangunan.⁴⁴

- g. Peningkatan kualitas hidup: Melalui kegiatan usahanya, pelaku usaha dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Mereka menciptakan lapangan kerja, memberikan akses terhadap produk dan jasa yang diperlukan, serta berperan dalam pembangunan sosial dan lingkungan.⁴⁵

Pelaku usaha memiliki dampak yang signifikan dalam perekonomian suatu negara. Melalui kegiatan usahanya, mereka berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memajukan pembangunan suatu negara.

2. Konsumen

Istilah "konsumen" berasal dari bahasa Inggris Amerika yaitu "*consumer*" atau bahasa Belanda "*consument/konsument*". Secara harfiah, arti kata "konsumen" adalah "setiap orang yang menggunakan barang" (lawan dari produsen).⁴⁶ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumen didefinisikan sebagai lawan produsen, yaitu pihak yang menggunakan barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan lain sebagainya.

⁴⁴ Diakses pada <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html> pada 2 agustus 20223 pukul 14:16 WIB

⁴⁵ Diakses pada <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia> pukul 14:19 WIB

⁴⁶ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 3.

Definisi lain mengenai konsumen terdapat dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang mulai diberlakukan pada 5 Maret 2000. Dalam undang-undang ini, konsumen didefinisikan sebagai "setiap pemakai dan atau pengguna barang dan atau jasa, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan orang lain."⁴⁷

Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai, pemakai terakhir dari benda dan jasa; (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*). Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dengan konsumen pemakai terakhir. Di Perancis, berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang.⁴⁸

Hak konsumen bukan hanya diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), tetapi juga telah diakui oleh John F. Kennedy dalam pidatonya di Kongres Amerika Serikat pada tahun 1962. Pidato tersebut menyebutkan keberadaan empat hak dasar konsumen yang kemudian diadopsi oleh Perserikatan

⁴⁷ Ibid hlm. 15.

⁴⁸ Lihat Shidarta, 2004. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Edisi Revisi, Grasindo, Jakarta, hlm. 5.

Bangsa-Bangsa (PBB). Beberapa hak dasar konsumen tersebut meliputi:⁴⁹

- a. Hak atas keamanan (*the right to safety*)
- b. Hak untuk memilih (*the right to choose*)
- c. Hak untuk didengar (*the right to be informed*)
- d. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen (*the right to be heard*)

3. Persaingan Usaha Sehat

Sejatinya persaingan dapat dikategorikan menjadi persaingan sehat (*fair competition*), dan persaingan usaha tidak sehat (*unfair competition*). Persaingan sehat merupakan “*open, equitable, and just competition between business competitors*”.⁵⁰ Dengan pendekatan lain, dalam persaingan sehat dibuka kesempatan secara terbuka bagi setiap orang atau pelaku usaha untu bersaing secara wajar dan adil dengan para kompetitornya. Persaingan ini dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu:

- a. Persaingan Horizontal (*horizontal competition*), *competition between a seller and its competitors*. Persaingan ini terjadi di antara para pelaku usaha pada pasar yang sama, misal antara produsen dengan produsen lainnya, atau antara penjual dan para pesaingnya. Istilah horizontal

⁴⁹ Ahmad Miru & Sutarman Yodo., *Hukum perlindungan konsumen*, Raja Grafindo Persada, 2004, hlm. 39.

⁵⁰ Siti Anisah, *Persaingan Usaha*, Op.Cit, hlm. 2.

competition juga dipersamakan dengan “time line competition”.⁵¹

- b. Persaingan Vertikal (*vertical competition*). Persaingan ini terjadi di antara para pelaku usaha pada tingkat distribusi yang berbeda, seperti pabrikan (*manufacturer*) dan distributor. Istilah lain dari vertical competition adalah “secondary line competition”.⁵²

Menurut beberapa ahli, berpendapat “persaingan usaha sehat” (*fair competition*) tidak lebih dan tidak kurang mengatakan “perampokan yang adil” (*fair brigandage*). Persaingan usaha adalah persaingan untuk memperoleh kesempatan untuk melayani adalah yang benar-benar memberikan penawaran yang lebih baik.⁵³

Secara umum, hukum persaingan menggambarkan interaksi antara pelaku pasar berdasarkan struktur horizontal dan vertikal. Hubungan horizontal merujuk pada bagaimana pelaku usaha berinteraksi dengan pesaing mereka. Dalam konteks persaingan sempurna, pesaing diartikan sebagai pelaku pasar lain yang bersaing untuk memperebutkan pangsa pasar.⁵⁴ Dalam situasi

⁵¹ *ibid*

⁵² *ibid*

⁵³ *ibid*

⁵⁴ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2012, hlm.4.

persaingan yang sempurna, pesaing merujuk pada pelaku pasar potensial lainnya yang berkompetisi untuk mendominasi pasar.⁵⁵

Para pelaku pasar menggunakan berbagai cara untuk mengakomodasi tindakan mereka, entah secara eksplisit maupun diam-diam (*tacit collusion*). Persaingan ini sering terjadi melalui perjanjian, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis, dengan tujuan untuk membatasi output dan menghilangkan persaingan di antara mereka. Beberapa bentuk perjanjian tersebut meliputi penetapan harga bersama (*price fixing*), pembagian wilayah pasar (*market allocation*), manipulasi tender untuk menentukan pemenang (*bid rigging* atau *collusive tendering*), perjanjian integrasi vertikal, dan berbagai perjanjian lainnya.⁵⁶

Perjanjian vertikal adalah kesepakatan yang terjadi antara pelaku usaha pada tingkat perdagangan yang berbeda, misalnya antara pabrik (*manufacture*) dan agen/distributor, atau antara distributor dan grosir, atau antara grosir dan pengecer. Perjanjian tersebut dapat berupa kesepakatan lisan atau tertulis, dan mencakup berbagai aspek seperti menetapkan karakteristik dan kualitas produk yang akan dijual, harga penjualan kembali, jumlah produk yang diperbolehkan, pasar geografis atau pelanggan yang

⁵⁵ Ibid hlm. 115

⁵⁶ Susanti Adi Nugroho, *loc. cit.*

akan dilayani atau tidak, serta menentukan keuntungan secara kolektif dengan batasan eksternal.⁵⁷

Produsen ingin agar setiap produknya memengkan persaingan pasar dalam melawan produk sejenis yang dihasilkan oleh produsen pesaingnya. Ini kadang ditempuh cara-cara yang curang yang efeknya menimbulkan monopoli-monopoli pasar di wilayah tertentu. Praktis seperti ini ditempuh dengan membuat perjanjian sesama di antara sesama produsen produk sejenis untuk membagi wilayah pasar atau *division of market* atau *allocation of market* atau *territorial division*. Perjanjian ini dalam hukum kompetisi dikategorikan sebagai praktis pembatasan pasar secara horizontal atau *horizontal market restriction*.⁵⁸

Hambatan vertikal (*vertical restriction*) adalah segala persyaratan yang membatasi persaingan dalam dimensi vertikal atau dalam jenjang produksi (*stage of production*) atau dalam usaha yang memiliki keterkaitan sebagai rangkaian produksi atau usaha. Praktik vertikal ini didasarkan atau mengikuti kesepakatan di antara pelaku usaha pada jenjang produksi yang berbeda, namun masih dalam rangkaian yang terkait.⁵⁹

⁵⁷ Anna Maria Tri Anggraini, Kajian Yuridis Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Wordpress.Com, <https://sekartrisakti.wordpress.com/2011/06/08/kajian-yuridis-terhadap-perjanjian-penetapan-harga-berdasarkan-Undang-Undang-no-5-tahun1999-tentang-larangan-praktek-monopoli-dan-persaingan-usaha-tidak-sehat>, Tahun 2011, diunduh pada 8 Juli 2023 pukul 15:30 WIB

⁵⁸ *Op.Cit*, hlm. 28.

⁵⁹ *Ibid*, hlm. 29.

4. Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat adalah suatu bentuk persaingan usaha yang dilakukan pesaing usaha secara tidak adil atau tidak fair. Sebagaimana yang dijelaskan pada Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monoploi dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam pasal 1 ayat 6 menyebutkan bahwa persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku 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.

Larangan persaingan usaha tidak sehat juga dijelaskan pada pasal 1 angka 2 Undang-undang nomor 5 tahun 1999 yang menyatakan bahwa, persaingan usaha tidak sehat dilarang atau tidak diperbolehkan karena perbuatan atau kegiatan tersebut dapat memunculkan pemusatan kekuatan ekonomi yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran suatu barang atau jasa tertentu serta dapat merugikan kepentingan umum dan dapat menimbulkan adanya praktek monopoli.

Persaingan usaha tidak sehat (*unfair competition*) merupakan persaingan usaha yang tidak jujur atau curang atau diperoleh, dilakukan oleh, atau melibatkan penipuan dalam perdagangan (*trade*) dan perniagaan (*commerce*); khususnya, praktik berusaha untuk menjual barang atau jasa milik sendiri di

pasar untuk barang atau jasa lain dengan meniru atau memalsukan nama, merk, ujuran, bentuk, atau ciri khas lain dari barang atau kemasannya.⁶⁰

Dampak dari persaingan usaha tidak sehat terjadi akibat praktek-praktek persaingan usaha yang tidak fair/adil. Dalam beberapa aspek, persaingan usaha dapat memiliki efek negatif, terutama ketika dilakukan oleh pelaku ekonomi yang tidak jujur dan bertentangan dengan kepentingan publik. Salah satu resiko ekstrim dari persaingan yang tidak sehat ini adalah munculnya praktek-praktek curang (*unfair competition*) karena beberapa pelaku usaha melihat persaingan sebagai kesempatan untuk menyingkirkan pesaing dengan cara apa pun.⁶¹

Berikut adalah jenis-jenis persaingan usaha yang dilarang menurut UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat:⁶²

- a. Monopoli: Pelaku usaha dilarang melakukan kegiatan usaha yang menguasai pasar tertentu secara mutlak dan menghalangi persaingan usaha.
- b. Monopsoni: Pelaku usaha dilarang menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan atau

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ Galuh Puspaningrum, *Hukum Persaingan Usaha; Perjanjian dan Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2013, hlm. 71.

⁶² Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999

jasa dalam pasar tertentu yang dapat mengakibatkan kerugian pada pihak lain.

- c. Penguasaan pasar: Pelaku usaha dilarang melakukan kegiatan usaha yang menguasai pasar tertentu dengan cara menentukan harga, produksi, dan atau distribusi barang dan atau jasa.
- d. Persekongkolan: Pelaku usaha dilarang melakukan kegiatan usaha yang menghambat, membatasi, atau menghilangkan persaingan usaha.

Perbuatan seperti ini termasuk dalam tindakan yang bertentangan dengan hukum. Karena melakukan praktik bisnis atau persaingan usaha secara tidak jujur dapat menyebabkan penghancuran persaingan yang sehat dan juga merugikan perusahaan pesaing secara tidak adil. Selain itu, perilaku semacam ini juga dapat berdampak negatif pada konsumen.⁶³ Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum ini dapat juga dilihat dari cara pelaku usaha dalam bersaing dengan pelaku usaha lainnya yaitu dengan melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku atau peraturan-peraturan yang disepakati. Kondisi ini dapat dilihat seperti pelaku usaha yang mendapatkan fasilitas khusus sehingga menjadikan pasar bersaing secara tidak kompetitif.⁶⁴

⁶³ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia: dengan Pembahasan atas Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 222- 223.

⁶⁴ Mustafa Kamal Rokan, *Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, PT Grafindo Persada, Jakarta., hlm. 17-18.

5. Monopoli

Monopoli adalah kondisi di mana satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai seluruh produksi, pemasaran barang, atau penggunaan jasa tertentu.⁶⁵ Jenis pasar yang bersifat monopoli adalah pasar di mana hanya ada satu penjual tunggal yang mendominasi dan menguasai seluruh penawaran barang atau jasa. Dalam kondisi monopoli, penjual tersebut memiliki kekuatan penuh untuk menentukan seberapa banyak barang atau jasa yang akan dijual, atau jumlah barang yang akan ditawarkan bergantung pada tingkat keuntungan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, penjual akan menetapkan harga yang dapat memberikan keuntungan tertinggi bagi dirinya sendiri.⁶⁶

Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.⁶⁷

Monopoli terjadi ketika situasi di mana hanya ada satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha yang menguasai pasar tanpa adanya pesaing yang signifikan. Dalam kondisi

⁶⁵ Pasal 1 Angka 1 UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

⁶⁶ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Prakteknya di Indonesia)*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm 137.

⁶⁷ Pasal 1 Angka 2 UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

monopoli, kekuatan pasar terpusat pada satu entitas bisnis, dan jika ada pesaing, perannya tidak begitu berarti sehingga pasar tersebut tetap bersifat monopolistis. Meskipun monopoli sempurna jarang ditemukan dalam praktiknya, istilah "monopoli" juga dapat digunakan untuk menggambarkan situasi di mana satu pelaku usaha menguasai bagian terbesar pasar dalam struktur pasar yang sebenarnya memiliki beberapa pesaing, namun peranannya sangat dominan dalam pemusatan kekuatan pasar. Jadi, secara singkat, monopoli adalah situasi di mana kekuatan pasar terpusat pada satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha tanpa adanya persaingan yang signifikan, dan istilah ini juga dapat diterapkan pada situasi di mana satu pelaku usaha menguasai bagian terbesar pasar dengan peran yang sangat dominan meskipun ada beberapa pesaing.⁶⁸

Monopoli dalam kegiatan ekonomi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, beberapa di antaranya memiliki dampak merugikan pada perekonomian dan masyarakat, sementara yang lain dapat memberikan manfaat. Oleh karena itu, penting untuk menjelaskan pengertian dari setiap jenis monopoli agar dapat membedakan antara monopoli yang dilarang karena merugikan masyarakat dengan yang berkontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Berikut adalah beberapa jenis monopoli yang perlu dijelaskan:⁶⁹

⁶⁸ Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 7.

⁶⁹ Johnny Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha*, Bayumedia Publishing, Malang 2006, hlm. 43.

a. Monopoli yang dikehendaki undang undang (*Monopoly By Law*)

Undang-undang juga memberikan hak istimewa dan perlindungan hukum untuk periode tertentu kepada pelaku usaha yang memenuhi syarat tertentu atas riset dan inovasi yang menghasilkan teknologi yang bermanfaat bagi masyarakat. Hak eksklusif diberikan atas penemuan baru, termasuk hak kekayaan intelektual seperti hak cipta (*copyright*) dan hak kekayaan industri (*industrial property*) seperti paten (*patent*), merek (*trademark*), desain produk industri (*industrial design*), dan rahasia dagang (*trade secret*). Hak-hak ini pada dasarnya merupakan bentuk monopoli yang diakui dan dilindungi oleh undang-undang.

b. Monopoli Secara Alamiah

Monopoli alamiah terjadi ketika suatu pasar lebih efisien apabila hanya ada satu pelaku usaha atau perusahaan yang melayani pasar tersebut. Jika ada perusahaan kedua yang mencoba masuk ke pasar, mereka akan mengalami kerugian dan secara alamiah akan tereliminasi, karena ukuran pasar tidak memungkinkan untuk adanya pesaing baru. Selain itu, monopoli alamiah juga muncul ketika pelaku usaha memiliki kekhasan yang unik yang ditawarkan kepada konsumen,

seperti rasa atau selera tertentu yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lainnya.

c. Monopoli secara Lisensi

Monopoli semacam ini dapat muncul akibat adanya kolusi antara pelaku usaha dan birokrat pemerintah. Keberadaannya menyebabkan ketidakseimbangan ekonomi dengan mengganggu mekanisme pasar yang seharusnya efisien. Biasanya terkait erat dengan individu atau kelompok yang mencari rente ekonomi dengan mengganggu keseimbangan pasar demi kepentingan pribadi mereka. Praktik pemburuan rente ini sangat merugikan semangat persaingan usaha karena dianggap sebagai aktivitas bisnis yang lemah dan bebas dari risiko. Dengan mendapatkan jaminan lisensi dari pemerintah, mereka hanya perlu menunggu keuntungan masuk begitu saja tanpa perlu bersaing di pasar.

d. Monopoli secara perilaku sosial

Sifat-sifat dasar manusia yang menginginkan keuntungan besar dalam waktu singkat dengan pengorbanan dan modal yang minimal, atau sebaliknya, dengan menggunakan modal besar untuk mencapai posisi dominan guna menggusur pesaing yang ada. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku para pelaku usaha ini tampak dalam praktik bisnis sehari-hari, di mana mereka berusaha untuk

sebisa mungkin menghindari munculnya pesaing baru. Kehadiran pesaing atau persaingan dalam usaha bisa menurunkan tingkat keuntungan. Hal ini terjadi karena keputusan tentang kualitas, kuantitas, dan harga produk tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh satu pelaku usaha atau perusahaan saja, tetapi juga dipengaruhi oleh langkah-langkah yang diambil oleh para pesaingnya.

6. Monopsoni

Pelaku usaha yang menguasai pembelian tunggal barang atau jasa yang bersangkutan yang dapat menyebabkan terjadinya praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. Pengertian monopsoni diatur dalam Pasal 18 ayat (1) dan (2).

Monopsoni merujuk pada situasi di pasar di mana hanya terdapat satu pembeli tunggal (dengan dominasi pasar) untuk suatu produk tertentu. Dengan kekuasaan dominannya, pembeli ini dapat memaksa para penjual untuk menerima harga dan syarat-syarat yang ditentukan oleh pembeli tunggal tersebut, yang berlawanan dengan konsep monopoli.⁷⁰

Regulasi mengenai monopsoni dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, menyatakan bahwa "Para pelaku usaha dilarang untuk mengendalikan pasokan atau menjadi

⁷⁰ Asril Sitompul, *Praktek monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Tinjauan Terhadap Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999)*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, hlm. 13.

pembeli tunggal atas barang dan/atau jasa dalam pasar yang relevan, yang berpotensi menghasilkan praktek monopoli atau mengganggu persaingan usaha yang sehat."

Pasal 18 UU No.5 Tahun 1999 tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu kegiatan pelaku usaha dapat dikatakan sebagai kegiatan monopsoni jika memenuhi persyaratan di bawah ini:

- a. Dilakukan oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha atau yang bertindak sebagai pembeli Tunggal
- b. Telah menguasai lebih dari 50% pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu;
- c. Paling penting, kegiatan tersebut mengakibatkan terajadinya praktik monopoli dan/ atau persaingan usaha tidak sehat.

7. Penguasaan Pasar

Kebanyakan pelaku usaha berkeinginan untuk menguasai pasar, karena memiliki pangsa pasar yang signifikan dapat membawa potensi positif dalam hal tingkat keuntungan yang dapat diperoleh oleh mereka.⁷¹

Secara konseptual, dominasi pasar oleh sebuah perusahaan atau sekelompok perusahaan merupakan bentuk praktik monopoli, yakni tindakan atau usaha dari perusahaan atau sekelompok perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan posisi yang dominan atau monopolistik dalam suatu pasar tertentu. Posisi

⁷¹ Asril Sitompul, *Op Cit*, hlm. 28.

dominan atau monopolistik ini memberikan kekuatan kepada perusahaan untuk menguasai atau mengendalikan unsur-unsur kunci dalam pasar yang bersangkutan. Unsur-unsur tersebut mencakup aspek seperti penetapan harga, produksi, pelayanan, kualitas produk, dan distribusi.⁷²

Seperti yang kita ketahui, mendominasi pasar atau dengan kata lain menjadi pemain utama dalam suatu pasar adalah aspirasi yang umumnya diinginkan oleh hampir semua pelaku bisnis. Hal ini disebabkan oleh korelasi positif antara dominasi pasar yang signifikan dan potensi tingkat keuntungan yang dapat diraih oleh pelaku bisnis tersebut. Dalam upaya mencapai dominasi pasar, para pelaku bisnis terkadang terlibat dalam tindakan-tindakan yang dapat melanggar hukum. Meskipun Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak secara tegas mengukur seberapa besar dominasi pasar atau seberapa besar pangsa pasar yang dimiliki oleh suatu pelaku bisnis, namun kenyataannya, perusahaan yang mampu menguasai suatu pasar pasti memiliki posisi yang dominan dalam pasar tersebut.⁷³

Meskipun Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak memberikan definisi yang spesifik mengenai "penguasaan pasar," namun tindakan menguasai pasar ini dilarang karena berpotensi mengakibatkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang

⁷² KPPU "Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 19 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat"

⁷³ Andi Fahmi Lubis, et.al., *Op. Cit.*, hlm. 138-139.

tidak sehat, sesuai dengan Pasal 19, Pasal 20, dan Pasal 21 dari undang-undang tersebut. Penguasaan pasar menjadi keinginan umum bagi sebagian besar pelaku bisnis, mengingat dominasi signifikan dalam pasar memiliki peluang positif terkait tingkat keuntungan yang dapat dihasilkan oleh pelaku bisnis. Mereka akan menggunakan berbagai cara, mulai dari yang diperbolehkan hingga yang dilarang, untuk mencapai dominasi pasar. Ketika pelaku bisnis menguasai pasar, ini memberikan mereka peluang untuk melakukan berbagai tindakan yang bertujuan untuk meraih keuntungan sebanyak mungkin.⁷⁴

Entitas yang memiliki kapabilitas untuk mengendalikan pasar adalah mereka yang memiliki kekuatan pasar, yaitu pelaku bisnis yang memiliki kemampuan untuk mengontrol pasar sehingga mampu mengatur harga barang dan/atau jasa yang ditawarkan di pasar yang bersangkutan. Kriteria penguasaan pasar ini tidak wajib mencapai 100%, sebab dominasi pasar sebesar 50% atau 75% saja sudah bisa dianggap sebagai memiliki kekuatan pasar.⁷⁵

Kegiatan yang bersifat penguasaan pangsa pasar yang dilarang tersebut, ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang menyatakan bahwa “Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun

⁷⁴ Susanti Adi Nugroho, *Op.Cit.*, hlm.255.

⁷⁵ Andi Fahmi Lubis, et.al., *Op. Cit.*, hlm. 140.

bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat berupa :

- a. Menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan; atau
- b. Menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu; atau
- c. Membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan; atau
- d. Melakukan praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

Mereka yang memiliki kemampuan untuk menguasai pasar adalah individu atau entitas dengan kekuatan pasar, yakni pelaku bisnis yang mampu mengendalikan pasar dan pada akhirnya memegang kendali dalam menetapkan harga barang dan/atau jasa di pasar tersebut.

8. Persekongkolan

Definisi persekongkolan atau konspirasi usaha (*bid-rigging*) dinyatakan dalam Pasal 1 angka 8 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sebagai bentuk kolaborasi antara pelaku usaha dan rekan usaha lainnya, yang bertujuan untuk mengendalikan pasar yang

terkait demi keuntungan pihak yang terlibat dalam persekongkolan. Terdapat tiga variasi dalam persekongkolan, yaitu persekongkolan tender (sebagaimana tercantum dalam Pasal 22), persekongkolan informasi atau penyaluran informasi rahasia perdagangan (sebagaimana tertera di Pasal 23), dan persekongkolan yang menghambat perdagangan (sebagaimana diatur dalam Pasal 24).⁷⁶

Black,,s Law Dictionary mendefinisikan persekongkolan (*conspiracy*) sebagai berikut:

“CONSPIRACY. In criminal law. A combination or confederacy between two or more persons formed for the purpose of committing, by their joint efforts, some unlawful or criminal act, or some act which is innocent in itself, but becomes unlawful when done by the concerted action of the conspirators, or for the purpose of using criminal or unlawful means to the commission of an act not in itself unlawful”

Penjelasan dari *black’s law Dictionary* tersebut adalah adanya kerjasama atau persekutuan antara dua orang atau lebih yang dibentuk dengan tujuan untuk melakukan tindakan yang bersifat tidak sah atau kriminal, atau tindakan yang pada awalnya tidak melanggar hukum namun menjadi melanggar hukum ketika dilakukan secara bersama-sama oleh para konspirator. Konspirasi ini juga bisa melibatkan penggunaan metode yang tidak sah atau

⁷⁶ Nigrum Natasya Sirait dkk, *Ikhtisar Ketentuan Persaingan Usaha*, NLRP, hlm.103

melanggar hukum untuk mencapai suatu tujuan, meskipun tujuan tersebut pada dasarnya tidak melanggar hukum.⁷⁷

Pada Pasal 1 angka 8 UU No. 5 Tahun 1999 dijelaskan bahwa Persekongkolan adalah bentuk kolaborasi antara pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dengan tujuan mengendalikan pasar tertentu demi keuntungan bersama pelaku usaha yang terlibat dalam persekongkolan tersebut.⁷⁸

Kerangka sistem ekonomi pasar, kelancaran tergantung pada kompetisi yang mendorong pelaku usaha untuk bertindak efisien dan inovatif. Namun, jika terjadi persekongkolan, hal ini dapat menghancurkan persaingan yang seharusnya ada di antara mereka. Di bawah hukum pidana negara-negara yang menganut common law, persekongkolan atau konspirasi diartikan sebagai tindakan melawan hukum, yang dapat mencakup perbuatan yang telah memiliki unsur pidana maupun tindakan yang sebelumnya tidak melanggar hukum, tetapi menjadi melawan hukum jika dilakukan oleh pihak yang terlibat dalam persekongkolan tersebut.⁷⁹

⁷⁷ HENRY CAMPBELL BLACK, M. A. *Black,,s Law Dictionary*, revised fourth editon, WEST PUBLISHING CO. 1968

⁷⁸ Susanti Adi Nugroho, *Op.Cit* hlm 267.

⁷⁹ Alyta Ras Ginting, *Hukum Anti Monopoli Indonesia*, Cetakan Pertama (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 68.

C. Predatory Pricing

"*Predatory Pricing*," juga dikenal sebagai "jual rugi," merujuk pada tindakan pelaku bisnis menetapkan harga sangat rendah dengan tujuan mengeliminasi atau merugikan dua pesaing bisnis lainnya, dalam upaya untuk mempertahankan posisi dominan atau monopoli mereka. Praktek *Predatory Pricing* diatur dan dilarang dalam praktik persaingan bisnis berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Pelarangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU Antimonopoli).⁸⁰

Dalam Pasal 20 Undang-Undang Persaingan Usaha, terdapat larangan terhadap praktik menjual dengan kerugian, di mana peraturan tersebut menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk memasok barang dan/atau jasa dengan cara menjual dengan harga yang sangat rendah atau di bawah biaya dengan tujuan untuk menghilangkan atau merugikan usaha pesaingnya di pasar yang sama. Hal ini berpotensi menyebabkan terjadinya monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat. Pada awalnya, praktik menjual dengan kerugian bisa memberikan manfaat karena konsumen dapat menikmati harga yang lebih murah. Namun, dalam jangka panjang, setelah pesaing-pesaing telah dikeluarkan dari pasar, pelaku usaha yang bersifat dominan dapat meningkatkan kembali harga barang atau jasa. Telah terbukti bahwa perusahaan hanya akan melibatkan praktik menjual dengan kerugian jika mereka yakin bahwa mereka dapat menutupi kerugian awal dengan menetapkan harga yang sangat tinggi (di atas tingkat kompetitif) pada tahap berikutnya.⁸¹

⁸⁰ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2013, Hlm.444.

⁸¹ Andi Fahmi Lubis dkk, *Op.Cit*, hlm 189

Menurut R. Shyam Khemani, *Predatory Pricing* biasanya dilarang bukan dikarenakan menetapkan harga yang terlalu rendah terhadap produk yang dijualnya sekarang, tetapi dikarenakan di masa yang akan datang pelaku usaha akan berusaha untuk mengurangi produksinya dan menaikkan harga.⁸² Selanjutnya, R. Shyam Khemani menyebutkan bahwa situasi ini mungkin muncul jika ada ketidakmampuan dari pesaing bisnis yang lain, serta adanya hambatan bagi masuknya perusahaan baru maupun perusahaan yang telah kalah di pasar tersebut. Oleh karena itu, jika perusahaan melaksanakan praktik harga predator namun tetap mempertahankan tingkat produksi dan tidak menaikkan harga, kemungkinan hal tersebut tidak akan dianggap sebagai praktik *Predatory Pricing* yang melanggar hukum.⁸³

Strategi yang sering disebut dengan istilah harga merugikan atau *Predatory Pricing* adalah tindakan menjual barang atau jasa dengan harga yang sangat rendah. Menurut Philip Areeda dan Donald F. Turner, tindakan ini terjadi ketika perusahaan menetapkan harga di bawah biaya variabel rata-rata (*Average Variable Cost*). Namun, tindakan ini tidak akan dianggap sebagai harga merugikan jika harga yang ditetapkan pada atau di atas biaya variabel rata-rata.⁸⁴

Menurut Bolton dan Riordian, dalam istilah ekonomi, harga merugikan dapat didefinisikan sebagai "penurunan harga yang menguntungkan hanya karena adanya kekuatan pasar tambahan yang diperoleh oleh perusahaan pemangsa dari

⁸² R. Shyam Khemani, A Framework for the Design and Implementation of Competition Law and Policy, hlm. 77-78.

⁸³ Andi Fahmi Lubis dkk, *Op.Cit*, hlm 101

⁸⁴ Philip Areeda dan Donald Frank. Turner, "Predatory Pricing And Related Practices Under Section 2 Of The Sherman Act, *Harvard Law Review*", Harvard law Review, 88, 4 (Februari, 1975), hlm. 733.

penghapusan, pengendalian, atau penghambatan perilaku persaingan dari pesaing atau calon pesaing." Dengan kata lain, suatu tindakan pemotongan harga dapat didefinisikan sebagai harga merugikan, ketika perusahaan pemangsa hanya mendapatkan manfaat darinya dalam jangka panjang, dengan mendapatkan kekuatan pasar dan kemampuan untuk meningkatkan harga lagi, sehingga mengusir pesaingnya dari pasar. Dengan demikian, harga yang ditetapkan oleh perusahaan tidak akan memaksimalkan keuntungan dalam jangka pendek, tetapi akan memaksimalkan keuntungan dalam jangka panjang. Harga merugikan dapat digunakan sebagai alat baik melawan pesaing yang sudah ada, untuk mengeluarkannya dari pasar, atau melawan pesaing potensial untuk mencegah mereka masuk ke pasar yang telah ditentukan.

Ketika persaingan di pasar terjamin, diasumsikan bahwa perusahaan akan diwajibkan untuk beroperasi lebih efektif, dan akan berupaya mengurangi biaya dan harga mereka, serta sejalan dengan itu, konsumen akan dapat menikmati barang dan layanan berkualitas lebih baik dengan biaya lebih rendah dan ketersediaan yang lebih tinggi. Namun, dalam kasus harga merugikan, karena pesaing (potensial atau yang sudah ada) akan dikecualikan, dalam jangka panjang hasilnya akan berupa inovasi yang berkurang, efisiensi yang berkurang, produksi yang lebih sedikit, dan harga yang lebih tinggi. Untuk memeriksa latihan-latihan ini, harus didefinisikan aturan dasar yang bergantung pada biaya, struktur pasar, pemulihan biaya, dan niat.⁸⁵

⁸⁵ SİMGE ŞAŞMAZ, *op.cit*, hal 3

Alasan dan efektivitas dari strategi *Predatory Pricing* masih menjadi bahan perdebatan. Banyak ahli ekonomi mempertanyakan keefektifan strategi *Predatory Pricing* dengan argumen bahwa strategi ini dapat memiliki biaya yang sama tingginya bagi perusahaan yang menerapkannya dan juga bagi pesaing yang terdampak. Demikian pula, mencapai tujuan dari *Predatory Pricing* tidak akan mudah karena mengeluarkan pesaing dari pasar akan sangat sulit. Selain itu, seperti yang dijelaskan oleh Profesor Areeda, *Predatory Pricing* tidak selalu melanggar hukum. Ia berpendapat bahwa perlu dibedakan dari persaingan sempurna atau persaingan yang sangat sengit, karena meskipun tampak seperti tindakan predator, sebenarnya mungkin adalah persaingan yang sangat kompetitif.⁸⁶

Konsep dasar dari harga merugikan dapat dijelaskan secara garis besar ketika sebuah perusahaan dituduh melakukan harga merugikan, itu berarti dituduh menetapkan harga pada tingkat yang tidak masuk akal rendahnya, baik karena harga tersebut di bawah suatu ukuran biaya atau karena harga tersebut secara lain menghasilkan pengembalian yang tidak memadai. Sejauh ini, tidak ada yang salah dengan penetapan harga rendah ini, karena harga rendah pada dasarnya menguntungkan bagi pelanggan dan sebenarnya biasanya merupakan hasil dan tujuan dari pasar bebas dan persaingan yang sehat.⁸⁷

Namun, di sisi lain, sejarah dan teori ekonomi mengajarkan bahwa harga merugikan bisa menjadi instrumen penyalahgunaan. Pihak yang melakukan

⁸⁶ Ningrum Natasya Sirait dkk, "*Buku Hukum Persaingan Usaha*", Komisi Pengawasan Persaingan Usaha, Jakarta, 2017, hlm. 14.

⁸⁷ Christian Barthel, *Predatory Pricing Policy under EC and US Law*, FACULTY OF LAW University of Lund, 2002, hlm 8.

tindakan merugikan menawarkan barang atau layanannya dengan harga yang tidak realistis rendahnya untuk mencapai tujuan jangka panjang. Perusahaan pemangsa mungkin mencoba untuk mencegah pesaing masuk ke pasar atau mengusirnya dari pasar, sehingga perusahaan yang melakukan merugikan tersebut mencapai posisi monopoli. Kemudian, perusahaan tersebut dapat mendapatkan kembali kerugian dari periode penjualan di bawah biaya bersamaan dengan menghasilkan lebih banyak keuntungan dengan mempertahankan harga tinggi. Ini kemudian mengubah manfaat tampaknya dari harga lebih rendah sebelumnya menjadi sebaliknya, merugikan konsumen dan pesaing serta persaingan itu sendiri melalui praktik yang tidak adil.⁸⁸

1. Indikasi *Predatory Pricing*

Usulan mengenai pengidentifikasian tindakan *Predatory Pricing* yang merugikan telah menjadi perbincangan dalam dunia akademis sejak analisis ekonomi yang dilakukan oleh McGee pada masa lalu. Meskipun hasil penelitiannya awalnya melawan intuisi umum, pandangan tersebut tetap dominan hingga tahun 1980, karena tidak ada teori lain yang muncul untuk menggantikannya. Namun, sejak saat itu, pendekatan dalam analisis ekonomi mengenai *Predatory Pricing* telah mengalami perubahan signifikan. Model-model baru muncul yang menganggap predasi sebagai strategi yang menguntungkan bagi perusahaan.⁸⁹

Areeda dan Turner, pada tahun 1975, memperkenalkan pengujian berbasis biaya sebagai alat untuk mengidentifikasi tindakan *Predatory*

⁸⁸ *Ibid*

⁸⁹ Christian Barthel, *op.cit*, FACULTY OF LAW University of Lund, 2002, hlm 16

Pricing, meskipun pada saat itu belum ada model teoritis yang kuat. Namun, sejak itu, pengujian tersebut juga telah dikritik dan beberapa pengujian alternatif muncul. Kemajuan dalam teori ekonomi selama dua dekade terakhir telah memberikan alat dan kerangka kerja yang lebih canggih untuk melakukan analisis yang lebih mendalam, yang diperlukan oleh keputusan pengadilan yang lebih baru. Tujuan dari berbagai pendekatan tersebut adalah untuk menemukan cara yang paling efektif untuk mengembangkan kebijakan terkait *Predatory Pricing* yang seimbang dan melindungi persaingan dalam konteks bisnis yang semakin kompleks. Kendati demikian, keberagaman pandangan terhadap cara pengujian yang tepat dan bekerja tetap ada, mulai dari pengakuan bahwa *Predatory Pricing* jarang terjadi dan upaya untuk membatasi persaingan dapat berdampak negatif, hingga pengujian yang sangat rinci yang pada akhirnya dapat membebani pengadilan dalam prosesnya.⁹⁰

Menurut teori ekonomi, jual rugi merujuk pada situasi di mana seorang pelaku usaha menetapkan harga jual barang atau jasa yang dihasilkannya lebih rendah daripada biaya total rata-rata (*Average Total Cost*) produksinya. Untuk memperoleh keuntungan, seorang pelaku usaha biasanya harus menetapkan harga di atas biaya total rata-rata atau setidaknya sebanding dengan biaya total rata-rata untuk mencapai titik impas (*break even*). Meskipun demikian, harga yang berada di bawah biaya total rata-rata masih bisa dianggap sebagai harga yang masuk akal jika tetap di atas biaya variabel rata-rata (*Average Variable Cost*), karena hal ini dapat memotivasi pelaku

⁹⁰ *Ibid.*

usaha untuk tetap beroperasi meskipun tanpa mengganti peralatan modal yang rusak. Namun, jika harga yang diterapkan berada di bawah biaya variabel rata-rata, hal ini dianggap sebagai tindakan yang tidak masuk akal, dan tindakan jual rugi oleh pelaku usaha tersebut bisa dicurigai memiliki maksud tertentu.⁹¹

Dalam konteks tindakan *Predatory Pricing*, pihak yang diduga melakukan praktik tersebut harus memiliki dasar yang masuk akal untuk mengharapkan bahwa mereka akan dapat mengembalikan kerugian yang terjadi saat mereka menjual barang atau jasa di bawah biaya produksi. Tanpa ekspektasi semacam ini, tindakan *Predatory Pricing* tidak akan memiliki dasar ekonomi yang rasional. Pengembalian kerugian (*recoupment*) kemudian menjadi tujuan jangka panjang akhir dari skema *Predatory Pricing*, yang menyebabkan kerugian bagi konsumen melalui penetapan harga monopoli. Selain itu, kecuali tindakan predasi dapat diikuti oleh periode di mana keuntungan yang hilang dapat dikembalikan, maka tidak akan ada ancaman terhadap persaingan. Ini disebabkan karena konsumen akan mendapat manfaat dari harga yang rendah selama predasi, dan jika perusahaan tidak memiliki cukup kekuatan pasar untuk mengembalikan keuntungan di masa mendatang, konsumen tidak akan mengalami kerugian.⁹²

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi tindakan *Predatory Pricing* oleh suatu perusahaan.

⁹¹ KPPU, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi (Predatory Pricing)*, JAKARTA PUSAT, 2009, hal. 10.

⁹² Korah, *Valentine An introductory guide to EC competition law and practise 4 th edition*, Oxford 2000, hal. 125.

Beberapa pendekatan ini sering digunakan oleh lembaga otoritas persaingan untuk membantu dalam menguji apakah ada indikasi praktek *Predatory Pricing* oleh suatu perusahaan. Beberapa metode tersebut meliputi:

2. *Price Cost Test*

Uji Biaya-Harga bertujuan untuk mengidentifikasi apakah suatu perusahaan mengalami kerugian yang rasional jika dianggap sebagai bagian dari strategi *Predatory Pricing*. Dalam uji ini, perbandingan data biaya dan harga dilakukan secara objektif. Lebih penting lagi, uji ini tidak berkaitan dengan niat perusahaan dalam terlibat dalam *Predatory Pricing*, melainkan menilai apakah tindakan tersebut sebenarnya terjadi atau tidak. Pendekatan objektif ini memiliki kepentingan yang besar, mengingat dampak dari bagaimana perusahaan menghadapi pesaingnya lebih signifikan daripada tujuan atau niat yang mendasarinya. Sebagai contoh, ketika perusahaan memaksa pesaingnya keluar dari pasar dengan menetapkan harga yang menyebabkan pesaing mengalami kerugian, hal tersebut mungkin dilakukan dengan sengaja guna mencapai dominasi pasar. Namun, ketika perusahaan mampu menjual dengan harga lebih rendah daripada pesaingnya karena efisiensi yang dimilikinya, dan masih mampu menutupi biayanya sendiri, tindakan tersebut sesuai dengan prinsip persaingan yang wajar. Parameter biaya yang dijadikan dasar dalam uji ini mencerminkan standar biaya yang mendukung persaingan yang sehat, tanpa memaksa harga tinggi yang dapat merugikan konsumen atau melindungi perusahaan yang kurang efisien.⁹³

⁹³ directorate for financial and enterprise affairs competition committee, *Op.cit*, hal 21

Mayoritas lembaga persaingan menggunakan uji biaya-harga untuk menganalisis isu *Predatory Pricing*, dan terdapat berbagai bentuk biaya yang umumnya diaplikasikan oleh lembaga-lembaga tersebut. Jenis-jenis biaya yang sering digunakan dalam mendeteksi *Predatory Pricing* adalah sebagai berikut:⁹⁴

- a. Biaya marginal (MC) adalah biaya tambahan untuk menghasilkan satu unit output tambahan.
- b. Biaya variabel rata-rata (AVC) sebenarnya menggambarkan perilaku biaya marginal secara rata-rata pada berbagai tingkat output. AVC dihitung dengan mengidentifikasi semua biaya yang bervariasi dengan kenaikan output, kemudian menjumlahkannya, dan dibagi dengan total output yang dihasilkan.
- c. Biaya menghindari rata-rata (AAC) mencerminkan total biaya yang dapat dihindari oleh perusahaan dengan tidak memproduksi sejumlah output tertentu, kemudian dibagi dengan total output yang dihindari. Biaya yang dapat dihindari didefinisikan sebagai gabungan biaya variabel dan biaya tetap pada produk tertentu, namun bukan merupakan biaya yang tidak dapat dipulihkan. Dengan kata lain, ini adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi output dalam jumlah tertentu. Sedangkan biaya total rata-rata (ATC) dihitung dengan membagi total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan (biaya variabel, biaya tetap, termasuk biaya umum) dengan total jumlah barang dan jasa yang diproduksi. Biaya umum adalah biaya tetap yang mendukung berbagai kegiatan perusahaan.

⁹⁴ Andi fahmi lubis, dkk, *op.cit* hal 199

3. *Areeda Turner Test*

Dalam tahun 1975, Areeda dan Turner mengenalkan sebuah uji yang sangat dikenal dalam menganalisis *Predatory Pricing*. Mereka mengusulkan bahwa harga yang lebih rendah daripada biaya marjinal jangka pendek dianggap sebagai tindakan predasi, sementara harga di atas biaya tersebut tidak dianggap sebagai tindakan predasi. Pembeneran dari uji ini cukup sederhana: dalam teori persaingan sempurna, kekuatan pasar akan mendorong perusahaan untuk menetapkan harga setara dengan biaya marjinal. Dengan demikian, selama harga berada pada atau di atas tingkat biaya marjinal tersebut, tidak dapat dianggap terlalu rendah karena itu adalah tingkat harga yang akan terjadi dalam jenis struktur pasar yang paling kompetitif. Lebih lanjut, selama harga yang ditetapkan oleh perusahaan incumbent tidak melebihi tingkat biaya marjinal tersebut, maka harga tersebut tidak akan mengeluarkan pesaing yang setidaknya memiliki efisiensi yang sama dengan perusahaan incumbent.⁹⁵

Harga di atas biaya marjinal jangka pendek bukanlah tindakan predator. Uji ini sesuai dengan teori pasar persaingan sempurna, di mana harga pasar setara dengan biaya marjinal (MC) dan pendapatan marjinal (MR). Pada tingkat harga ini, pesaing tidak akan keluar dari pasar jika efisiensinya setidaknya sama dengan perusahaan yang sudah ada. Meskipun menentukan biaya marjinal tidaklah mudah, Areeda dan Turner merekomendasikan penggunaan biaya variabel rata-rata (AVC) sebagai

⁹⁵ DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS COMPETITION COMMITTEE, *Loc.cit*, hal. 21.

alternatif. Namun, terdapat kritik terhadap uji ini. Pertama, biaya marjinal jangka pendek bukanlah uji yang sempurna karena beberapa harga di atasnya juga bisa bersifat predator. Kedua, jika biaya marjinal jangka pendek adalah uji yang baik, penggunaan AVC tidak cocok karena cenderung lebih rendah daripada MC pada tingkat output yang lebih tinggi (sehingga cenderung meremehkan).⁹⁶

Ada kasus di mana perusahaan dengan biaya tetap tinggi dan biaya variabel rendah, seperti dalam sektor transportasi dan industri perangkat lunak. Perusahaan semacam ini bisa dengan relatif mudah menetapkan harga di atas biaya variabel, yang memungkinkan mereka menghalangi pesaing masuk. Meskipun demikian, uji AVC adalah yang paling umum dan mudah diterapkan oleh otoritas persaingan dalam kasus *Predatory Pricing*. Penggunaan uji ini memiliki substansi yang layak. Perusahaan yang menetapkan harga di bawah biaya variabel rata-rata (AVC) cenderung telah melaksanakan *Predatory Pricing*, karena harga semacam itu sering kali akan mengakibatkan kerugian yang besar dalam jangka waktu lama (karena hanya menutupi sebagian dari biaya variabel dan mengabaikan biaya tetap), dan hal ini umumnya dilakukan oleh perusahaan yang ingin mengeliminasi pesaing.⁹⁷

4. *Average total cost test*

kelemahan dari uji AVC adalah ketidakmampuannya mendeteksi harga yang sebenarnya berada di bawah tingkat biaya yang sesungguhnya. Penggunaan uji ini tidak hanya menyebabkan penilaian yang terlalu rendah

⁹⁶ Andi fahmi lubis, dkk, *op.cit* hal. 199.

⁹⁷ Andi fahmi lubis, dkk, *op.cit*, hal. 200.

terhadap biaya marjinal (MC), tetapi juga mengabaikan kondisi di mana harga berada di atas AVC tetapi di bawah AC. Pada rentang harga seperti ini, hanya komponen biaya variabel yang tercakup, sedangkan biaya tetapnya tidak terbayarkan sepenuhnya. Karena itu, penetapan harga dalam rentang biaya semacam itu tidak akan mencakup elemen biaya seperti sewa, bunga, dan depresiasi. Oleh karena itu, beberapa otoritas persaingan, seperti di Uni Eropa, cenderung menggunakan uji ATC dalam mengidentifikasi *Predatory Pricing*.

Pendekatan yang menggabungkan uji AVC dan ATC juga digunakan, di mana harga di bawah AVC dianggap sebagai tindakan predatory, dan harga di atas AVC tetapi di bawah ATC juga dapat dianggap demikian kecuali jika otoritas persaingan menemukan alasan yang masuk akal. Meskipun pengukuran ATC lebih mudah, akan menjadi sangat sulit ketika diterapkan pada perusahaan dengan berbagai produk. Bahkan, untuk perusahaan dengan banyak produk, perhitungan yang akurat hampir tidak mungkin dicapai.⁹⁸

Sebagai respons terhadap kelemahan ini, beberapa yurisdiksi, seperti Uni Eropa, memasukkan uji biaya rata-rata total (ATC) dalam analisis *Predatory Pricing* mereka. Pendekatan ini sering kali menggabungkan uji AVC-ATC, di mana harga di bawah AVC selalu dianggap sebagai tindakan predatory, dan harga yang lebih tinggi dari AVC tetapi lebih rendah dari ATC juga dianggap sebagai tindakan predatory kecuali jika perusahaan yang

⁹⁸ *Ibid.*

melakukan praktek tersebut dapat memberikan justifikasi yang masuk akal untuk harga tersebut. Dengan demikian, penggunaan ATC test memberikan pandangan yang lebih komprehensif dalam mengidentifikasi praktek *Predatory Pricing* dan lebih memperhatikan dampak finansial jangka panjang pada semua komponen biaya perusahaan.⁹⁹

5. *Average avoidable cost test*

Uji AAC merupakan variasi dari uji Areeda-Turner yang melibatkan perbandingan harga dengan biaya variabel rata-rata (AVC) ditambah dengan biaya tetap tertentu yang berhubungan dengan produksi dalam jumlah tertentu. Kelebihan dari uji ini terletak pada akurasi estimasi yang lebih baik dari biaya sebenarnya pada perusahaan yang diduga melakukan *Predatory Pricing*.¹⁰⁰

Dalam praktik *Predatory Pricing*, seringkali perusahaan harus menanggung biaya tetap tambahan untuk meningkatkan kapasitas produksinya guna menghadapi permintaan pasar. Uji AAC ini mempertimbangkan biaya tetap yang terlibat dalam produksi sejumlah output tertentu, yang menjawab kritik bahwa uji Areeda-Turner terlalu sederhana untuk industri dengan biaya tetap tinggi.¹⁰¹

Namun, dalam menghitung *avoidable cost*, perlu diperhatikan juga faktor waktu. Pada umumnya, nilai *avoidable cost* akan meningkat seiring dengan memanjangnya jangka waktu perhitungan, terutama karena unsur

⁹⁹ Directorate For Financial And Enterprise Affairs Competition Committee, *Op.cit*, hal 22

¹⁰⁰ Andi fahmi lubis, *et.al*, *Op.cit*. hal. 200.

¹⁰¹ *Ibid*.

sunk cost akan menjadi avoidable cost dalam jangka waktu yang lebih panjang. Oleh karena itu, semakin lama praktik *Predatory Pricing* berlangsung, semakin sulit uji AAC ini dapat dilalui. Penting untuk mempertimbangkan jangka waktu yang paling sesuai dan realistis dalam menghitung *avoidable cost*, yaitu ketika praktik *Predatory Pricing* sedang berlangsung.¹⁰²

6. *Recoupment* test

Tidak seperti uji biaya-harga, uji *recoupment* tidak digunakan untuk menentukan apakah *Predatory Pricing* benar-benar terjadi. Sebaliknya, uji ini mengasumsikan bahwa *Predatory Pricing* terjadi dan bertanya apakah ini kemungkinan berhasil mengingat karakteristik pasar yang relevan, predator, dan targetnya. Secara khusus, uji *recoupment* bertujuan untuk menentukan apakah kampanye *Predatory Pricing* perusahaan akan mungkin mengeliminasi dan mencegah persaingan, dan apakah kemungkinan predator kemudian dapat mengumpulkan keuntungan supra-kompetitif yang cukup untuk mengembalikan kerugian yang dialaminya selama serangan. Uji *recoupment* didasarkan pada asumsi bahwa tujuan kebijakan hukum persaingan adalah untuk mempromosikan kesejahteraan konsumen. Jika tujuan lain, seperti perlindungan pesaing kecil atau pengurangan konsentrasi pasar hanya untuk dirinya sendiri, dipandang sebagai tujuan kebijakan atau faktor yang berkontribusi pada jenis kesejahteraan konsumen lain (non-ekonomi), maka uji *recoupment*

¹⁰² Andi fahmi lubis, dkk, *op.cit* hal 201

memiliki kepentingan yang kurang. Namun, sebagai cara untuk membantu lembaga persaingan dan pengadilan memastikan bahwa mereka mengincar perilaku yang mungkin merugikan kesejahteraan konsumen, dan bahwa mereka tidak secara tidak sengaja mengurangi kesejahteraan tersebut, uji *recoupment* sangat berharga.¹⁰³

Poin ini ditegaskan dengan mempertimbangkan bahwa pengembalian kerugian *predatory* hanya mungkin terjadi dengan merugikan kesejahteraan konsumen. Kerugian *predatory* hanya dapat dikembalikan dengan menetapkan dan mempertahankan harga yang lebih tinggi daripada harga yang akan dikenakan jika serangan *predatory* tidak mengeliminasi atau mencegah persaingan. Harga di atas tingkat kompetitif inilah yang merugikan konsumen. Oleh karena itu, jika uji *recoupment* menunjukkan bahwa kemungkinan pengembalian kerugian tersebut kecil atau tidak ada, maka *Predatory Pricing* tidak hanya akan menjadi irasional, tetapi juga tidak mungkin merugikan kesejahteraan konsumen. Bahkan, dalam kasus tersebut, kampanye *Predatory Pricing* seharusnya justru meningkatkan kesejahteraan konsumen selama serangan *predatory* berlangsung, tanpa bahaya merugikan konsumen dalam jangka panjang. Oleh karena itu, berdasarkan logika uji *recoupment*, bahkan jika suatu perusahaan menetapkan harga di bawah biaya, ketika pengembalian kerugian tidak mungkin, langkah terbaik bagi lembaga persaingan (dan pengadilan) adalah tidak melakukan tindakan apa pun.¹⁰⁴

¹⁰³ Directorate For Financial And Enterprise Affairs Competition Committee, *Op.cit*, hal 25

¹⁰⁴ *Ibid*.

Dengan kata lain, harga yang diduga bersifat predatory hanya akan merugikan persaingan jika menyebabkan pesaing keluar, mencegah mereka untuk masuk, atau memaksa mereka mengikuti harga. Fakta bahwa harga rendah mungkin menyulitkan pesaing lain, atau mungkin merugikan pesaing, bukanlah dasar yang cukup untuk melarang pemotongan harga, karena perilaku kompetitif pada dasarnya selalu menyulitkan pesaing dan "merugikan" mereka dengan cara tertentu. Uji *recoupment* membantu memilah-milah harga yang kemungkinan merugikan bukan hanya pesaing, tetapi juga persaingan itu sendiri.¹⁰⁵

Uji *recoupment* dimaksudkan sebagai penyelidikan ambang batas. Jika uji ini menunjukkan bahwa predasi tidak mungkin menghilangkan atau mencegah pesaing, atau bahwa pengembalian kerugian akhirnya tidak mungkin, maka uji ini memungkinkan lembaga dan pengadilan untuk menolak tuduhan *Predatory Pricing* tanpa harus melakukan uji biaya-harga. Ini sangat berguna karena proses menentukan apakah harga bersifat predatory berdasarkan hubungannya dengan ukuran biaya seringkali cukup sulit. Jika uji ini menunjukkan bahwa pengembalian kerugian mungkin terjadi, namun, maka harus digunakan bersamaan dengan uji biaya-harga untuk membuktikan bahwa perusahaan yang diduga sebagai predator sebenarnya menetapkan harga *predatory*. Sebelum memeriksa berbagai faktor yang harus dipertimbangkan dalam uji *recoupment*, penting untuk dicatat bahwa pengembalian kerugian berbeda tergantung pada apakah serangan *predatory* diluncurkan terhadap pesaing yang sudah

¹⁰⁵ *Ibid.*

ada atau terhadap peserta/masuk yang potensial. Dalam kasus pertama, targetnya adalah pesaing yang telah mempengaruhi penurunan harga predator. Setelah serangan *Predatory Pricing* berhasil menghilangkan atau mendisiplinkan perilaku penetapan harga pesaing, predator akan meningkatkan harganya di atas tingkat sebelum predasi. Dengan melakukannya, akhirnya akan mengembalikan kerugian yang dialami selama periode predatory dan bahkan mendapatkan lebih banyak lagi. Sebenarnya, tidak akan ada alasan untuk menjalankan strategi berisiko ini jika tidak ada keuntungan supra-kompetitif yang dapat diperoleh melalui keberhasilannya.¹⁰⁶

7. Pendekatan *Rulue of Reason* dan *Per-Se-Illegal*

Metode *per se illegal* dan pendekatan *rule of reason* telah lama digunakan untuk menilai apakah tindakan dari pelaku bisnis melanggar undang-undang persaingan. Pendekatan *rule of reason* merupakan cara di mana lembaga otoritas persaingan mengevaluasi akibat dari perjanjian atau aktivitas bisnis untuk menentukan apakah itu menghambat atau mendukung persaingan. Sebaliknya, metode *per se illegal* menyatakan bahwa setiap perjanjian atau aktivitas bisnis tertentu dianggap ilegal tanpa perlu membuktikan dampaknya lebih lanjut. Kegiatan yang termasuk dalam *per se illegal* seringkali mencakup penentuan harga bersama atas produk tertentu, serta pengaturan harga penjualan kembali.¹⁰⁷

¹⁰⁶ *Ibid.*

¹⁰⁷ Andi Fahmi Lubis, Dkk, *Op.Cit.*, hal. 66.

a. *Per se illegal*

Pada dasarnya, ada dua persyaratan dalam menerapkan metode *per se illegal*. Pertama, pendekatan ini lebih berfokus pada "tindakan bisnis" daripada kondisi pasar, di mana keputusan hukum dibuat tanpa memerlukan analisis lebih lanjut tentang dampaknya dan faktor-faktor yang terlibat. Pendekatan semacam ini dianggap adil jika perilaku ilegal berasal dari "tindakan yang disengaja" oleh perusahaan, yang pada dasarnya bisa dihindari. Kedua, harus ada kemampuan untuk dengan cepat dan mudah mengidentifikasi jenis praktik atau pembatasan perilaku yang dilarang. Dengan kata lain, penilaian terhadap tindakan pelaku usaha, baik dalam pasar maupun dalam proses hukum, harus dapat dilakukan dengan mudah. Meskipun demikian, diakui bahwa ada perilaku yang berada dalam zona abu-abu antara tindakan ilegal dan tindakan yang sah.¹⁰⁸

Dasar substansial dalam pendekatan *per se illegal* harus bergantung pada fakta atau asumsi bahwa perilaku tersebut dilarang karena berpotensi menyebabkan kerugian bagi pesaing atau konsumen. Alasan ini dapat digunakan oleh pengadilan sebagai justifikasi dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, terdapat dua hal penting yang perlu diperhatikan oleh pengadilan. Pertama, harus ada dampak merugikan yang signifikan akibat perilaku tersebut. Kedua, kerugian ini harus terkait dengan aktivitas yang dilarang.¹⁰⁹

¹⁰⁸ Andi Fahmi Lubis, Dkk, *Op.Cit*, hal. 70.

¹⁰⁹ *Ibid.*

b. *Rule of reason*

Tidak seperti *per se illegal*, penggunaan pendekatan *rule of reason* melibatkan interpretasi oleh pengadilan terhadap undang-undang persaingan usaha. Sebagai contoh, Mahkamah Agung Amerika Serikat telah menetapkan standar *rule of reason* yang memungkinkan pengadilan untuk mempertimbangkan faktor-faktor kompetitif dalam menilai apakah suatu hambatan perdagangan layak atau tidak. Ini berarti pengadilan harus menentukan apakah hambatan tersebut mengganggu, memengaruhi, atau bahkan menghambat proses persaingan.¹¹⁰

Phlips mengusulkan pendekatan "*rule of reason*" dalam menilai perilaku perusahaan yang sudah mapan terhadap pesaing baru. Pendekatan ini bertujuan untuk menentukan apakah tindakan perusahaan yang sudah mapan tersebut menyebabkan kerugian bagi pesaing baru dalam jangka panjang. Pendekatan ini melibatkan analisis mendalam dengan mempertimbangkan semua bukti yang ada. Phlips mendefinisikan harga persaingan normal sebagai harga yang akan dikenakan oleh oligopoli yang tidak berkolusi dan berusaha memaksimalkan keuntungan. Dalam pendekatannya, Phlips menyatakan bahwa pesaing baru harus membuktikan bahwa skema penetapan harga oleh perusahaan yang sudah mapan menjadi penyebab kerugian dalam jangka panjang. Sementara itu, perusahaan

¹¹⁰ Andi Fahmi Lubis, dkk, *op.cit*, hal. 76.

yang sudah mapan harus membuktikan bahwa mereka mengenakan harga keseimbangan non-kooperatif setelah pesaing baru masuk ke pasar. Lebih lanjut, jika perusahaan yang sudah mapan dapat membuktikan bahwa harga yang mereka kenakan tidak mengakibatkan keuntungan yang terlewat yang akan diimbangi oleh keuntungan yang lebih besar di pasar lain, ini akan menjadi justifikasi yang lebih kuat bagi tindakan mereka.¹¹¹

Pendekatan "*rule of reason*" ini memerlukan analisis yang lebih mendalam dan bukti yang kuat dari kedua belah pihak, yaitu perusahaan yang sudah mapan dan pesaing baru. Tujuannya adalah untuk mencari pemahaman yang lebih lengkap tentang dampak dari tindakan perusahaan yang sudah mapan terhadap persaingan dan pasar secara keseluruhan.¹¹²

D. *Predatory Pricing* menurut Islam

Dalam Islam, persaingan yang adil tanpa campur tangan praktek monopoli dan penimbunan dipandang positif. Sistem ini melibatkan negosiasi harga antara pelaku usaha dan konsumen, tanpa intervensi negara. Dalam dunia bisnis global, pengusaha sering dikenali berdasarkan bagaimana mereka bersaing. Konsep ini mendorong para pelaku bisnis untuk mencari pengetahuan dari ajaran Islam dan mendorong kompetisi dalam berbagai aspek, termasuk dalam bisnis. Oleh karena itu, ketika menghadapi persaingan, pelaku bisnis Islam dapat mengatasi situasi

¹¹¹ SİMGE ŞAŞMAZ, *Op.cit*, hal. 19.

¹¹² *Ibid.*

tersebut tanpa merugikan orang lain. Agama Islam memberikan panduan yang rinci untuk menghindari praktik persaingan yang tidak sehat.¹¹³

Islam mendorong dengan kuat para pelaku bisnis untuk menetapkan harga secara adil guna mencegah terjadinya situasi yang tidak diinginkan atau merugikan pihak lain. Seperti yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat asy-Syu'ara' ayat 183, Allah SWT berfirman:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Yang artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi ”¹¹⁴

Dalam menjalankan kegiatan bisnis, para pengusaha perlu memiliki kemampuan untuk menghadapi kompetisi yang lazim terjadi dalam dunia bisnis. Ketika terlibat dalam perdagangan yang kompetitif, seorang pedagang harus memiliki kecerdasan dan keberanian untuk bersaing dengan para pelaku lainnya. Dalam pandangan positif dan optimis, persaingan dapat menjadi pendorong bagi manusia untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan. Kompetisi ini tidak hanya mencakup aspek individu, tetapi juga dapat menggali potensi internal dan mendorong pengembangan diri. Penting untuk diingat bahwa bentuk kompetisi ini bukan hanya tentang meraih kemenangan atau mengalahkan orang lain, tetapi juga membawa dampak yang lebih luas.¹¹⁵

¹¹³ Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hal, 92.

¹¹⁴ Diakses melalui <https://tafsirweb.com/6593-surat-asy-syuara-ayat-183.html> pada 18 Agustus 2023 Pukul 17:44. WIB

¹¹⁵ Muhammad Saman, “*Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo Perspektif Etika Bisnis Islam*” (Skripsi. Universits Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010).

BAB III

Pembuktian *Predatory Pricing* dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020 dan Dampak negatif dari terjadinya praktik *Predatory Pricing* dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/20200

A. Pembuktian *Predatory Pricing* dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020

Pricing atau penetapan harga memiliki peran yang signifikan dalam konteks persaingan bisnis. Dalam kerangka persaingan yang sempurna, diasumsikan bahwa semua harga akan sejalan dengan biaya tambahan produksi (*marginal cost*), mengingat perusahaan beroperasi secara efisien. Oleh karena itu, harga yang lebih rendah cenderung dipandang positif dalam konteks persaingan. Namun, perlu diingat bahwa pandangan ini tidak selalu berlaku mutlak, terutama mengingat adanya fenomena "harga predator" yang mungkin terjadi. Terkadang, harga yang sangat rendah bahkan dapat merugikan persaingan dan pasar.¹¹⁶

Secara *definitive*, harga predator telah diuraikan oleh Bolton dan Riordian, bahwa sebagai penurunan harga yang dilakukan dengan tujuan memperoleh kekuatan pasar tambahan dengan menghilangkan pesaing. Walaupun dalam sejarahnya, harga predator mungkin pernah dianggap sebagai strategi yang masuk akal. Namun, disisi lain terdapat pandangan McGee yang berpendapat bahwa harga predator bersifat irasional dan jarang diterapkan dalam praktik bisnis nyata. Meskipun demikian, pandangan kontemporer kembali mendukung pemikiran

¹¹⁶ Alem Savier, DR. Teddy Prima Anggriawan S.H., S.Sos., M.Kn., *Fenomena Predatory Pricing Dalam Persaingan Usaha Di E Commerce (Studi Kasus Antara Penetapan Tarif Bawah Antara Aplikasi Indrive Dan Gojek)*, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Juli 2023, hal 2

bahwa harga predator bisa saja merupakan strategi rasional dalam kondisi-kondisi tertentu.¹¹⁷

Predatory Pricing merupakan salah satu taktik yang diimplementasikan oleh pelaku bisnis untuk menjual produk dengan harga yang lebih rendah daripada biaya produksi (rata-rata atau biaya marginal).¹¹⁸ Menurut Areeda dan Turner, tindakan ini tidak dapat dianggap sebagai *Predatory Pricing* jika harga yang ditetapkan setara atau melebihi biaya produksi margin suatu produk. Tujuan utama dari *Predatory Pricing* adalah untuk mengeliminasi pesaing dari pasar dan mencegah potensi pesaing baru untuk masuk ke dalam pasar yang sama. Begitu pelaku bisnis berhasil mengusir pesaing dari pasar dan menghambat kemungkinan masuknya kompetitor baru, langkah berikutnya adalah menaikkan harga kembali dan meraih keuntungan optimal. Agar tindakan ini berhasil, pelaku bisnis tersebut perlu memiliki pangsa pasar yang signifikan dan keuntungan yang dihasilkan harus mampu menutupi kerugian selama periode penerapan strategi predator.¹¹⁹

Dalam konteks praktis, pelaksanaan strategi *Predatory Pricing* ini memerlukan penilaian yang cermat terhadap aspek-aspek tertentu. Pertama-tama, perusahaan harus memiliki daya tahan finansial yang kuat untuk menanggung kerugian sementara selama periode pemangsaan harga. Selain itu, pelaku bisnis perlu memastikan bahwa penurunan harga yang dilakukan mampu mendorong pesaing untuk keluar dari pasar atau mencegah kompetitor baru untuk masuk.¹²⁰

¹¹⁷ SIMGE ŞAŞMAZ, *opcit*, hal 1

¹¹⁸ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta, 2017, hlm 315.

¹¹⁹ Rezmia Febrina, *Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha*, JURNAL SELAT Volume. 4 Nomor. 2, Mei 2017, Hal 243

¹²⁰ Diakses melalui <https://www.simulasikredit.com/apa-itu-predatory-pricing-strategi-penetapan-harga-predatory/> pada 23 Agustus 2023 Pukul 09:50

Hal ini dapat melibatkan serangkaian aksi, seperti memanfaatkan skala ekonomi yang ada, menjalankan kampanye pemasaran agresif, atau bahkan memberlakukan harga yang sangat rendah untuk jangka waktu tertentu.

Praktek *Predatory Pricing* dapat menimbulkan perhatian dari otoritas regulasi persaingan. Jika tindakan ini dianggap melanggar hukum *antitrust* atau merugikan pesaing atau konsumen, perusahaan dapat menghadapi tindakan hukum yang serius. Oleh karena itu, dalam merencanakan dan melaksanakan strategi *Predatory Pricing*, pelaku bisnis perlu mempertimbangkan implikasi hukum yang ada di pasar yang bersangkutan.

Penilaian efektivitas *Predatory Pricing* tidak selalu sederhana. Identifikasi kapan tindakan harga rendah ini tergolong sebagai *Predatory Pricing* yang merugikan persaingan secara tidak wajar, atau sekadar merupakan bentuk kompetisi yang sehat, dapat menjadi kompleks. Pendekatan yang digunakan oleh otoritas persaingan dapat mencakup analisis biaya, perilaku pesaing, dampak pasar jangka panjang, serta evaluasi atas tujuan dan motivasi perusahaan yang menerapkan strategi ini.

Praktek analisis *Predatory Pricing* memerlukan perhitungan yang cermat dan pendekatan yang berimbang. Di satu sisi, melalui tindakan harga rendah, perusahaan dapat memanfaatkan peluang untuk memperluas mangsa pasarnya dan menghasilkan keuntungan jangka panjang. Namun, di sisi lain, praktek ini juga dapat merusak persaingan sehat dan menghambat inovasi serta masuknya pesaing baru yang mungkin dapat memberikan manfaat bagi konsumen. Penilaian

komprehensif atas dampak dan implikasi dari *Predatory Pricing* sangat penting dalam menjaga integritas dan efisiensi pasar.

Peraturan mengenai *Predatory Pricing* atau penetapan harga rendah terdapat pada Pasal 20 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang berbunyi:

“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.”

Secara jelas, terdapat regulasi yang menyebutkan bahwa dilarang keras bagi pelaku usaha yang mendominasi pasar untuk melakukan tindakan harga predator atau harga yang tidak wajar rendah guna mengusir pesaing atau mencegah pesaing masuk ke dalam pasar. Praktik ini disebut sebagai bentuk persaingan usaha tidak sehat yang dapat merugikan konsumen serta merusak iklim persaingan yang adil. Berdasarkan regulasi tersebut, bahwa pengaturan mengenai praktik persaingan usaha yang melibatkan harga predator atau pemangsaan harga bertujuan pada upaya untuk mencegah dan menangani praktik persaingan yang merugikan dan merusak persaingan sehat di pasar.

Konteks pasal ini ialah pengertian harga predator mengacu pada tindakan suatu pelaku usaha yang menetapkan harga jual produk atau jasa di bawah biaya produksi atau biaya variabel. Hal tersebut, bertujuan utama untuk merugikan pesaing atau mencegah kompetitor baru masuk ke dalam pasar. Praktik semacam ini memiliki potensi mengganggu persaingan yang sehat dan menghambat akses pesaing ke pasar, serta dapat mengakibatkan efek negatif jangka panjang bagi konsumen.

PT Conch South Kalimantan Cement, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang semen, memiliki kantor pusat yang terletak di The Suite Tower Lantai 19, Jalan Boulevard Pantai Indah Kapuk Nomor 1 Kavling OFS, Blok OO Nomor 1, Jakarta Utara, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia. Selain itu, pabrik mereka berlokasi di Desa Saradang RT 02, Kecamatan Haruai, Kabupaten Tabalong, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia dengan kode pos 71572. Untuk komunikasi, mereka dapat dihubungi melalui nomor telepon 082353166668 atau melalui alamat email conchsksd@gmail.com dan conhcement.skal@gmail.com.

Perusahaan ini didirikan berdasarkan Akta Nomor 05 tanggal 15 Agustus 2011 yang dikeluarkan oleh Hizmelina, S.H., seorang Notaris di Jakarta. PT Conch South Kalimantan Cement berkedudukan di Jakarta Utara. Susunan pemegang saham perusahaan ini adalah sebagai berikut:

1. Wong Ben Koon dengan jumlah saham sebanyak 61.750 lembar saham, atau memiliki persentase saham sebesar 95%
2. Mao Shuzhong dengan jumlah saham sebanyak 3.250 lembar saham, atau memiliki persentase saham sebesar 5%

Perincian pemegang saham dan persentase saham tersebut menunjukkan struktur kepemilikan perusahaan.

Pada tahun 2020, PT Semen Conch terlibat dalam sebuah kasus persaingan usaha yang muncul ke permukaan. Kasus ini menyoroti tindakan perusahaan dalam menjual barang dengan harga yang jauh di bawah biaya produksi, suatu praktik yang dikenal dengan istilah "*Predatory Pricing*." Dalam konteks persaingan usaha, *Predatory Pricing* merujuk pada strategi di mana suatu

perusahaan menetapkan harga jual produknya di tingkat yang sangat rendah, bahkan di bawah biaya produksi, dengan tujuan untuk mengurangi pesaing atau mencegah pesaing baru masuk ke pasar. Praktik semacam ini menciptakan dinamika persaingan yang kontroversial, di mana dampak jangka panjang terhadap pasar dan konsumen menjadi perhatian utama.

Kasus persaingan usaha yang melibatkan PT Conch South Kalimantan Cement (Terlapor), Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) melakukan sejumlah langkah dan tindakan yang terstruktur. Penetapan pemeriksaan pendahuluan yang diinisiasi oleh Deputi Bidang Penegakan Hukum melalui Keputusan Nomor 435/DH/Kep/VI/2020 tanggal 10 Juni 2020. Dalam proses ini, Sekretariat KPPU ditugaskan untuk melaksanakan pemeriksaan pendahuluan. Jangka waktu pemeriksaan ditetapkan dalam batas maksimal 30 hari kerja, mulai dari tanggal 23 Juni 2020 hingga 4 Agustus 2020.

KPPU memberikan pemberitahuan resmi serta panggilan sidang kepada para Terlapor, termasuk pemberian informasi mengenai Pemeriksaan Pendahuluan yang telah dilaksanakan. Pada tanggal 23 Juni 2020, KPPU menggelar Sidang Majelis Komisi Pemeriksaan Pendahuluan I, di mana Laporan Dugaan Pelanggaran (LDP) yang disusun oleh Investigator yang dibacakan kepada para Terlapor. LDP tersebut mencakup identitas Terlapor, yaitu PT Conch South Kalimantan Cement, lengkap dengan alamat kantor dan pabriknya di Jakarta Utara dan Kabupaten Tabalong, Provinsi Kalimantan Selatan. Keseluruhan proses ini menggambarkan pendekatan sistematis dan terstruktur dalam menghadapi kasus persaingan usaha, menjaga transparansi, serta

memastikan bahwa prosedur hukum yang berlaku terpenuhi dalam pengusutan dan penanganan kasus ini.

Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020 menjelaskan pembuktian terjadinya praktik *Predatory Pricing* dilakukan melalui serangkaian analisis yang melibatkan berbagai aspek ekonomi dan hukum persaingan. Proses pembuktian ini melibatkan evaluasi mendalam terhadap perilaku dan kebijakan harga PT Semen Conch, khususnya terkait penjualan di bawah Harga Pokok Penjualan (HPP) pada tahun 2015 dan penentuan harga di tahun-tahun berikutnya. Untuk membuktikan praktik *Predatory Pricing*, lembaga pengawas persaingan harus mengidentifikasi dan mengukur dampak negatif dari perilaku ini terhadap persaingan dan pasar secara keseluruhan. Analisis tersebut juga mencakup evaluasi biaya produksi, harga jual, dan dampak terhadap kompetitor serta konsumen.

Secara konteks ini, alat analisis seperti *Average Total Cost Test*, *Average Avoidable Cost Test*, dan *Recoupment Test* telah digunakan untuk mengukur dampak ekonomi dari praktik harga perusahaan dan untuk mengukur apakah ada indikasi bahwa perusahaan bermaksud merugikan pesaing dan menghasilkan kerugian jangka panjang.¹²¹ Oleh karena itu, pembuktian terjadinya praktik *Predatory Pricing* dalam Putusan tersebut merupakan kombinasi antara analisis ekonomi yang cermat dan pertimbangan hukum persaingan untuk menilai apakah

¹²¹ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 tentang Jual Rugi (Predatory pricing)*, Jakarta Pusat, 2009, hlm 29.

tindakan PT Semen Conch memenuhi kriteria sebagai tindakan monopoli atau yang menghambat persaingan sehat dalam pasar.

Pada pembuktian kasus mengenai *Predatory Pricing*, KPPU selaku lembaga pengawas persaingan usaha menggunakan pedoman pelaksanaan pasal 20 tentang jual rugi. Hal ini mengingat penentuan jual rugi tidak dapat serta merta didefinisikan secara cepat dan mudah, melainkan memerlukan waktu yang cukup lama untuk memiliki bukti bahwa terdapat adanya jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pada tujuannya pedoman ini memiliki tujuan:

- a. Memberikan pengertian yang jelas dan tepat tentang Pasal 20,
- b. Memberikan pemahaman dan arah yang jelas dalam pelaksanaan Pasal 20
- c. sehingga tidak terjadi penafsiran yang terlalu luas di luar yang diuraikan dalam pedoman ini,
- d. Menjadikan landasan bagi semua pihak untuk melakukan kegiatan agar tidak ada

Pemenuhan unsur pasal 20 undang-undang nomor 5 tahun 1999 yang berbunyi:

“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.”

Pada pasal 20 tersebut terdapat 11 unsur yang harus dipenuhi dalam penjabaran mengenai praktik *Predatory Pricing* yaitu:

1. Unsur Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha sebagai mana dimaksud dalam Pasal 1 angka 5 adalah

“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”.

2. Unsur Pemasokan

Pengertian memasok sebagaimana dimaksud dalam penjelasan Pasal 15 adalah “*menyediakan pasokan, baik barang maupun jasa, dalam kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli, dan sewa guna (leasing)*”.

3. Unsur Barang

Pengertian barang menurut Pasal 1 angka 16 adalah “*setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha*”.

4. Unsur Jasa

Pengertian jasa menurut Pasal 1 angka 17 adalah “*setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha*”.

5. Unsur Jual Rugi

Jual rugi adalah harga jual yang ditetapkan oleh pelaku usaha di bawah biaya produksinya.

6. Unsur Harga yang sangat rendah

Harga yang sangat rendah adalah harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha dengan tingkat rendah yang tidak masuk akal.

7. Dengan maksud

"Dengan maksud" mengacu pada tujuan atau niat di balik suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan.

8. Unsur Menyingkirkan atau memastikan

Menyingkirkan atau mematikan mengacu pada tindakan mengeluarkan atau menonaktifkan pelaku usaha pesaing dari pasar terkait atau menyebabkan penutupan usahanya.

9. Unsur Usaha Pesaing

Usaha pesaing merujuk pada aktivitas bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha lain di pasar terkait yang sama.

10. Unsur Pasar

Menurut Pasal 1 angka 9, pasar adalah entitas ekonomi di mana pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa secara langsung atau tidak langsung.

11. Unsur Pasar Bersangkutan

Pasar bersangkutan adalah pasar yang terkait dengan lingkup pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan/atau jasa yang sama, serupa, atau saling menggantikan.

12. Unsur Praktek Monopoli

Praktek monopoli merujuk pada konsentrasi kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengendalikan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa tertentu, sehingga mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat dan berpotensi merugikan kepentingan publik.

13. Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat mengacu pada persaingan antara pelaku usaha dalam melakukan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa melalui cara yang tidak jujur, melanggar hukum, atau menghambat persaingan usaha.

Dengan memenuhi elemen-elemen di atas, praktik harga rendah atau jual rugi dapat dianggap sebagai pelanggaran hukum persaingan berdasarkan Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999.

Pada awalnya sebelum tahun 2015, pasar semen di Kalimantan Selatan didominasi oleh 5 pelaku usaha utama, termasuk PT Indocement Tungal Prakarsa, Tbk dan PT Semen Indonesia, Tbk. Pangsa pasar produk semen dari kelima pelaku usaha ini dapat dilihat pada data penjualan pada Tahun 2013 dan 2014. Pada Tahun 2014, Terlapor baru memasuki pasar semen di Kalimantan Selatan dengan pangsa pasar sekitar 2% dari keseluruhan penjualan semen di wilayah tersebut.

Setelah tahun 2015, Terlapor (PT Conch South Kalimantan Cement) mulai masuk pasar dengan menjual produknya dalam jumlah besar dan dengan harga

yang sangat rendah. Ini mengubah struktur pasar secara signifikan, mengakibatkan penurunan pangsa pasar dari beberapa pelaku usaha lainnya. Pangsa pasar dari PT Semen Indonesia, PT Indocement Tungal Prakarsa, Tbk, dan PT Solusi Bangun Persada/PT Holcim Indonesia, Tbk turun secara signifikan dari tahun ke tahun.

Di sisi lain, pangsa pasar Terlapor mengalami peningkatan yang signifikan, mulai dari 2% pada tahun 2014 menjadi 49% pada tahun 2018. Hal ini mengindikasikan bahwa Terlapor berhasil mendominasi pasar semen di Kalimantan Selatan dengan cepat dan mencapai pangsa pasar yang sangat besar dalam waktu yang relatif singkat.

Berikut grafik gambaran penguasaan pasar dari tahun 2014 hingga tahun 2019:¹²²

Diagram 1.1 Presentase Penguasaan Pasar pada Tahun 2013

¹²² Putusan KPPU No. 03/KPPU-L/2020

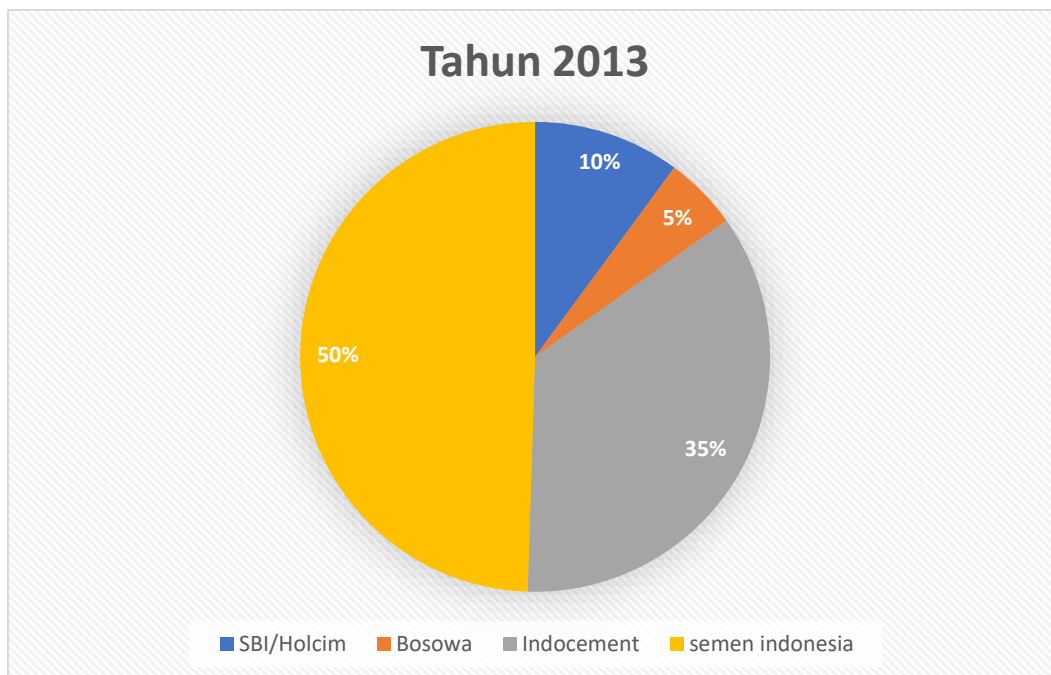
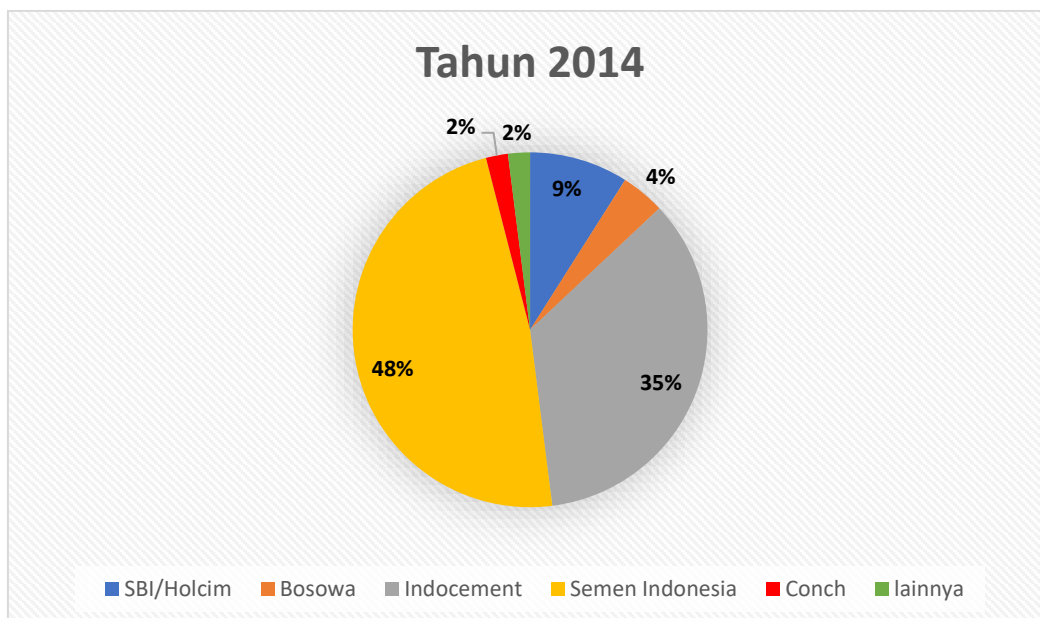


Diagram tersebut menunjukkan kondisi dominasi pasar sebelum masuknya PT Conch South Kalimantan Cement pada tahun 2013.

Diagram 2.1 Presentase Penguasaan Pasar pada Tahun 2014



Pada tahun 2014 PT Conch South Kalimantan Cement mulai memasuki pasar persaingan dengan secara wajar dan tidak ada dugaan melakukan persaingan usaha tidak sehat.

Diagram 3.1 Presentase Penguasaan Pasar pada Tahun 2015

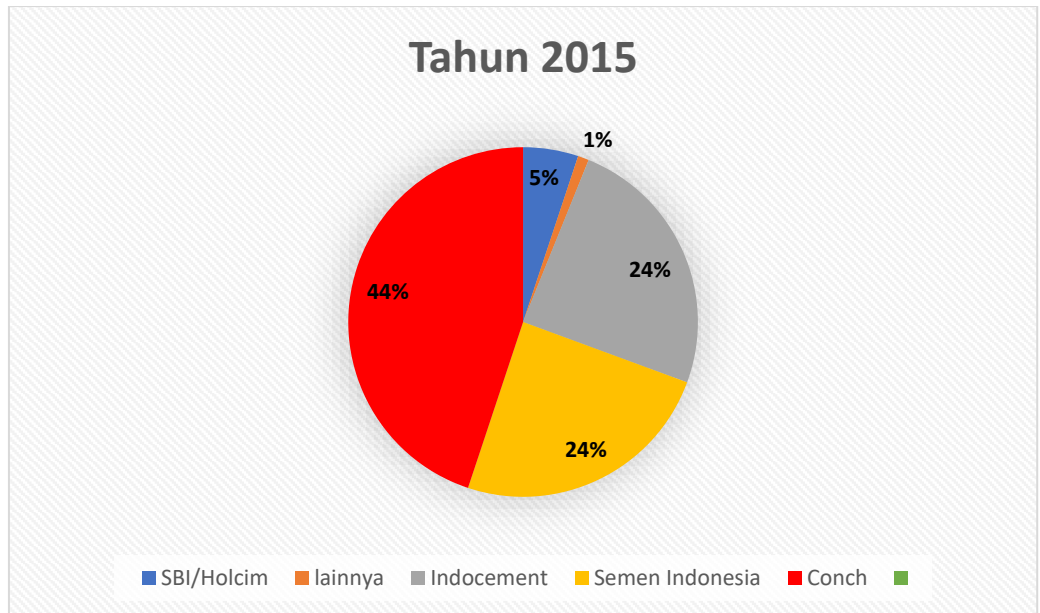


Diagram tersebut menggambarkan kondisi pasar pada tahun 2015 merupakan awal dimana posisi PT Conch South Kalimantan Cement yang awalnya hanya memiliki penguasaan pasar sebesar 2% tiba tiba melonjak naik sebesar 48% dalam kurun waktu 1 tahun.

Diagram 4.1 Presentase Penguasaan Pasar pada Tahun 2019

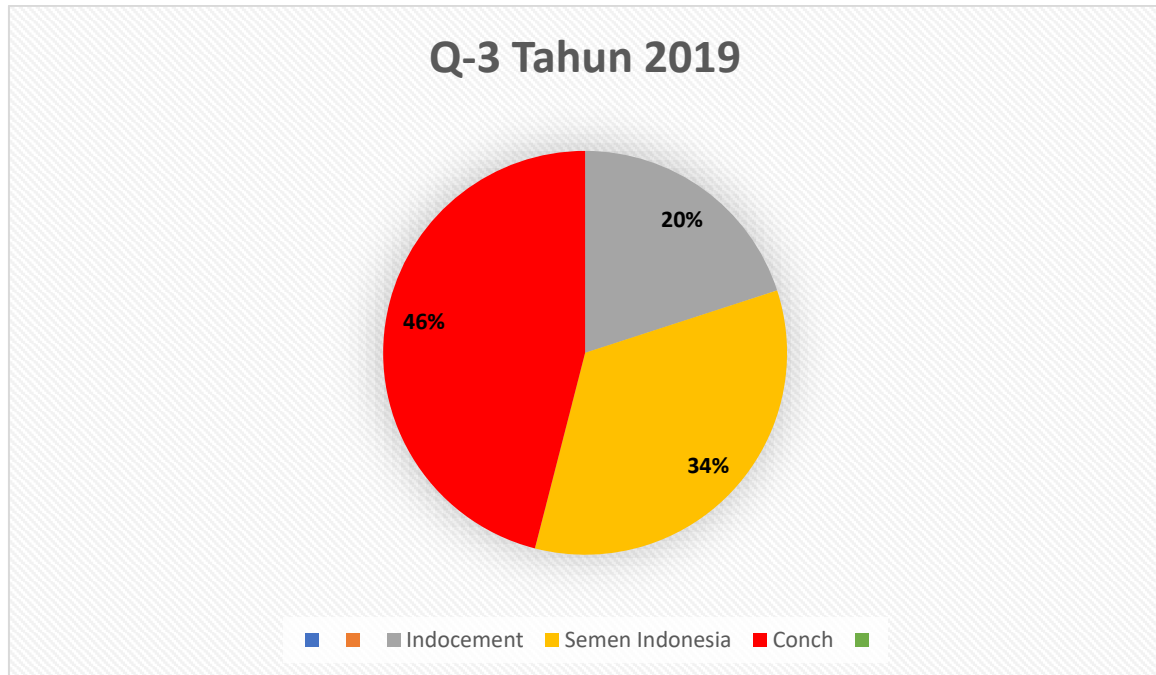


Diagram diatas menggambarkan pertumbuhan pasar hingga kuartal 3 tahun 2019. Ini mengubah struktur pasar secara signifikan, mengakibatkan penurunan pangsa pasar dari beberapa pelaku usaha lainnya. Pangsa pasar dari PT Semen Indonesia, PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk, dan PT Solusi Bangun Persada/PT Holcim Indonesia, Tbk turun secara signifikan dari tahun ke tahun. Di sisi lain, pangsa pasar Terlapor mengalami peningkatan yang signifikan, mulai dari 2% pada tahun 2014 menjadi 49% pada tahun 2018. Hal ini mengindikasikan bahwa PT Conch South Kalimantan Cement berhasil mendominasi pasar semen di Kalimantan Selatan dengan cepat dan mencapai pangsa pasar yang sangat besar dalam waktu yang relatif singkat.

Meskipun penguasaan pasar yang dimiliki PT Conch South Kalimantan Cement tidak mencapai 50% atau posisi dominan yang disebutkan Pasal 17 Undang-undang nomor 5 tahun 1999 yang menyebutkan “satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa

pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.” Akan tetapi adanya kesulitan atau hambatan dalam masuknya pesaing baru serta tersingkirnya pelaku usaha lama menunjukkan bahwa PT Conch South Kalimantan Cement memiliki market power yang kuat dalam jumlah penguasaan pasar.

Akibat dari penguasaan pasar PT Conch South Kalimantan Cement menyebabkan PT Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk, mengalami penurunan pangsa pasar yang cukup tajam dari 36,25% pada tahun 2014 menjadi 26,65% pada tahun 2015. Meskipun pangsa pasar ini perlahan menurun pada tahun-tahun berikutnya, pada tahun 2019 pangsa pasarnya hanya mencapai 19,99%. Penurunan ini mungkin disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk persaingan yang semakin ketat dengan Terlapor dan faktor-faktor lain yang memengaruhi permintaan pasar.

PT Solusi Bangun Indonesia, Tbk, mengalami penurunan pangsa pasar yang drastis dari 9,38% pada tahun 2014 menjadi hanya 0,06% pada tahun 2019. Hal ini menunjukkan penurunan yang sangat signifikan dalam kemampuan pelaku usaha ini untuk bersaing dalam pasar semen Kalimantan Selatan. Bahkan, pada tahun 2020, pelaku usaha ini sudah tidak menjual produk semen di wilayah tersebut.

PT Semen Gresik (Persero), Tbk, juga mengalami penurunan pangsa pasar dari 27,52% pada tahun 2014 menjadi 12,98% pada tahun 2015. Meskipun pangsa pasar ini fluktuatif dalam beberapa tahun berikutnya, pada tahun 2019 tercatat sebesar 15,99%. Faktor-faktor seperti perubahan permintaan pasar dan persaingan yang semakin intens mungkin memengaruhi perubahan ini.

PT Semen Tonasa (Persero) mengalami penurunan pangsa pasar dari 22,43% pada tahun 2014 menjadi 10,92% pada tahun 2015. Meskipun pangsa pasar ini fluktuatif dalam beberapa tahun berikutnya, pada tahun 2019 tercatat sebesar 17,40%. Penurunan ini dapat dipengaruhi oleh dinamika pasar dan persaingan dengan pelaku usaha lain, termasuk Terlapor.

PT Semen Bosowa Maros mengalami penurunan pangsa pasar yang signifikan dari 4,42% pada tahun 2014 menjadi hanya 0,28% pada tahun 2015. Bahkan, pada tahun 2019, pelaku usaha ini keluar dari pasar penjualan semen di wilayah Kalimantan Selatan. Penurunan pangsa pasar yang drastis ini mungkin mencerminkan berbagai kendala dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha ini.

Pelaku usaha lainnya seperti PT Cemindo Gemilang, PT Jui Shin Indonesia, dan PT Semen Jawa juga mengalami penurunan pangsa pasar atau bahkan keluar dari pasar semen Kalimantan Selatan. Kondisi ini menunjukkan bahwa Terlapor bukan satu-satunya pelaku usaha yang mengalami perubahan dalam pangsa pasar, namun dampak dari tindakan Terlapor terhadap persaingan di pasar semen Kalimantan Selatan sangat signifikan.

Sejumlah hambatan yang mencegah masuknya pelaku usaha ke pasar semen di wilayah Kalimantan Selatan, dan hal ini sebenarnya tidak terlalu berbeda dengan tantangan yang dihadapi dalam industri semen secara nasional. Salah satu hambatan utama yang signifikan adalah hambatan struktural, di mana para pelaku usaha harus menghadapi investasi yang besar untuk membangun dan mengoperasikan pabrik produksi semen. Data menunjukkan bahwa sejak tahun

2013 hingga kuartal 3 tahun 2019, tidak ada penambahan pemain baru yang jumlahnya signifikan dalam industri semen di wilayah ini. Namun, Terlapor (PT Conch South Kalimantan Cement) muncul sebagai satu-satunya pemain baru yang berhasil memasuki pasar semen Kalimantan Selatan pada tahun 2014.

Terlapor memiliki kaitan dengan pelaku usaha lama dalam industri semen, yang mungkin memberikan keuntungan tambahan dalam menghadapi hambatan-hambatan ini. Biaya transportasi juga menjadi hambatan yang penting, terutama karena produk semen memiliki berat yang cukup besar. Keterbatasan infrastruktur transportasi dan penyimpanan dapat mengakibatkan peningkatan signifikan dalam biaya distribusi. Akibat hambatan-hambatan ini, pelaku usaha cenderung memfokuskan upaya pemasaran dan distribusi pada wilayah di mana mereka memiliki kekuatan pasar yang lebih baik, seperti yang terlihat dalam fakta perkara *a quo*.

Perlu diketahui pada pembentukan posisi dominan yang tepat PT Conch South Kalimantan Cement perlu melakukan strategi dalam pembentukan posisi tersebut. Pada tahun 2014 dimana PT Conch South Kalimantan Cement masuk yang dimana penguasaan pasar dimulai terdapat indikasi bahwa perusahaan ini memiliki kapasitas berlebih dalam produksi semen. Terlapor memasuki pasar pada tahun 2014 untuk menguji pasar, dan kemudian secara efektif memulai produksi dan penjualan semen sejak tahun 2015. Kapasitas produksi Terlapor yang terpasang mencapai 2,3 juta ton per tahun. Selama beberapa tahun berikutnya, utilitas kapasitas produksi Terlapor mengalami peningkatan signifikan, mencapai 84,38% dari kapasitas terpasang pada tahun 2018. Hal ini menunjukkan bahwa Terlapor memiliki kemampuan untuk memanfaatkan

kapasitas produksi dengan lebih efektif dari tahun ke tahun. Fakta ini mendukung argumen bahwa Terlapor memiliki kapasitas yang cukup besar untuk memenuhi sebagian besar kebutuhan pasar semen di Kalimantan Selatan.

Berdasarkan fakta bahwa PT Conch South Kalimantan Cement memiliki kapasitas produksi semen yang besar dan kemampuan untuk memanfaatkannya secara efektif, ada indikasi bahwa perusahaan tersebut dapat memegang posisi dominan dalam industri tersebut. Jika PT Conch South Kalimantan Cement memanfaatkan posisi dominannya untuk mengendalikan pasar semen di Kalimantan Selatan dan menghambat persaingan yang sehat, hal ini dapat melanggar ketentuan Pasal 25 Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli.

Kapasitas berlebih yang dimiliki oleh Terlapor memungkinkan perusahaan ini untuk melakukan praktek jual rugi dengan lebih efektif, karena mampu menyerap permintaan baru akibat penurunan harga dan merebut pangsa pasar yang sebelumnya dikuasai oleh pesaing. Namun, perlu diingat bahwa dalam beberapa kasus, kapasitas berlebih juga dapat digunakan sebagai strategi untuk mengeliminasi pesaing dan menciptakan dominasi pasar.

Penggambaran kondisi pasar yang terjadi masih memerlukan pengujian secara lebih lanjut. Pada buku pedoman Pasal 20 yang dibuat oleh KPPU Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi tindakan *Predatory Pricing* oleh suatu perusahaan. Beberapa pendekatan ini sering digunakan oleh lembaga otoritas persaingan untuk membantu dalam menguji apakah ada indikasi praktek *Predatory Pricing* oleh suatu perusahaan. Beberapa metode tersebut terdapat 5 (lima) tes yaitu: “*Price-Cost Test; Areeda-Turner Test;*

Average Total Cost Test; Average Avoidable Cost Test; dan Recoupment Test".¹²³

Pada pengujiannya KPPU hanya menggunakan 2 (dua) test yaitu *Recoupment Test* dan *Price-Cost Test*.

Pengujian pertama yang dilakukan KPPU adalah melalui *recoupment test*. *Recoupment test* adalah pesaing yang telah mempengaruhi penurunan harga predator. Setelah serangan *Predatory Pricing* berhasil menghilangkan atau mendisiplinkan perilaku penetapan harga pesaing, predator akan meningkatkan harganya di atas tingkat sebelum predasi. Dengan melakukannya, akhirnya akan mengembalikan kerugian yang dialami selama periode *predatory* dan bahkan mendapatkan lebih banyak lagi. Sebenarnya, tidak akan ada alasan untuk menjalankan strategi berisiko ini jika tidak ada keuntungan supra-kompetitif yang dapat diperoleh melalui keberhasilannya.¹²⁴

Pengujian *recoupment* pada kasus ini memiliki 2 (dua) tahap yang berurutan semenjak masuknya PT Conch South Kalimantan Cement. Tahap pertama melibatkan inisiasi penurunan harga secara signifikan, seiring dengan peningkatan produksi yang sejalan. Tujuan utama dari strategi ini adalah menyerap permintaan pasar pada tingkat harga yang rendah tersebut. Tindakan pengurangan harga ini memiliki implikasi yang tidak hanya berdampak terhadap permintaan yang telah ada sebelumnya, melainkan juga permintaan yang muncul sebagai hasil dari penurunan harga. Namun, perlu diperhatikan bahwa kemampuan produsen dalam memenuhi seluruh permintaan yang dihasilkan oleh

¹²³ Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *PEDOMAN PELAKSANAAN PASAL 20 TENTANG JUAL RUGI (PREDATORY PRICING)*, Jakarta Pusat, 2009, hal 29

¹²⁴ Directorate For Financial And Enterprise Affairs Competition Committee, *Predatory Foreclosure*, 2005, hal 25

penurunan harga dapat memainkan peran kunci dalam kesuksesan atau kegagalan strategi ini. Jika produsen tidak memiliki daya pasar yang kuat untuk menangani kelebihan permintaan yang dihasilkan, pesaing memiliki peluang untuk mengisi celah tersebut dan mengambil keuntungan dengan menetapkan harga yang lebih tinggi.

Analisis mendalam mengenai perkembangan harga jual yang diterapkan oleh Terlapor mengungkapkan adanya periode pada tahun 2015 ketika praktik jual rugi dilakukan secara signifikan. Pada titik ini, dapat diamati bahwa harga jual semen yang diterapkan oleh Terlapor berada di bawah harga pokok penjualan, yang menciptakan situasi di mana Terlapor mungkin menjual produk di bawah biaya produksinya. Selanjutnya, tahap kedua dari strategi yang diadopsi oleh Terlapor melibatkan respons terhadap peningkatan permintaan pasar dengan meningkatkan volume produksi. Fakta ini juga terkait dengan peningkatan utilitas kapasitas pabrik hingga mencapai tingkat maksimal 84,38%.

Secara keberlanjutan strategi jual rugi terbatas perlu diperhatikan dengan kapasitas produksi yang ada. Dengan kata lain, strategi tersebut hanya dapat diterapkan pada tingkat harga yang sudah dicapai sejauh kapasitas produksi memungkinkan. Sebagai upaya tambahan, Terlapor menciptakan hambatan masuk dan *re-entry barriers* ke pasar. Langkah ini bertujuan untuk menghambat pesaing agar tidak dapat masuk atau kembali ke pasar dengan mudah. Strategi ini, secara efektif, memungkinkan Terlapor untuk menjaga dominasinya dalam pasar dan tetap mengendalikan harga.

Pada pembuktian ini didukung dengan diauditnya keuangan terlapor oleh kantor akuntan publik Siddharata Widjaja & Rekan pada tahun 2015 Terlapor mencatatkan kerugian yang signifikan sebesar Rp67.630.000.000,00. Kerugian ini tampaknya terkait dengan perilaku Terlapor yang menjual semen di wilayah Kalimantan Selatan dengan harga di bawah biaya pokok penjualan (COGS). Ini menggambarkan potensi adanya praktik jual rugi atau *Predatory Pricing*, dengan tujuan mengambil alih pangsa pasar melalui penurunan harga untuk mendorong permintaan.

Perubahan yang mencolok terjadi pada tahun 2016, di mana Terlapor berhasil membalik situasi keuangan dengan mencapai keuntungan sebesar Rp388.243.000.000,00. Kenaikan volume produksi atau penjualan dalam periode ini menandakan bahwa praktik *Predatory Pricing* pada tahun sebelumnya mungkin telah berhasil dalam mengundang minat konsumen dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Situasi berubah pada tahun 2017, di mana Terlapor kembali mencatatkan kerugian sebesar Rp110.198.000.000,00 (seratus sepuluh miliar seratus sembilan puluh delapan juta rupiah). Penurunan harga jual rata-rata semen pada tahun ini menunjukkan adanya tekanan persaingan atau mungkin merupakan strategi Terlapor untuk mempertahankan dominasinya dengan menurunkan harga. Pada tahun 2018 hasil dari audit laporan keuangan oleh kantor akuntan publik Amir Abadi Jusuf, Aryanto, Mawar & Rekan menunjukkan bahwa, terlapor tetap mengalami kerugian, meskipun besarnya lebih rendah dibandingkan tahun 2017 yaitu sebesar Rp. 11.671.998.000 (sebelas miliar enam ratus tujuh puluh satu juta Sembilan ratus Sembilan puluh delapan rupiah). Namun, data menunjukkan

bahwa Terlapor telah mengambil langkah untuk menaikkan harga jual semen. Langkah ini dapat diartikan sebagai upaya Terlapor untuk mengatasi kerugian sebelumnya dan meningkatkan margin keuntungan.

Audit yang dilakukan pada laporan keuangan tahun 2019, Terlapor mencatatkan keuntungan yang signifikan sebesar Rp199.490.585.000,00, (seratus sembilan puluh sembilan miliar empat ratus sembilan puluh juta lima ratus delapan puluh lima ribu rupiah) sejalan dengan kenaikan harga semen. Ini mengindikasikan bahwa upaya *recoupment* yang telah dilakukan oleh Terlapor berhasil, dengan meningkatkan harga dan keuntungan untuk mengimbangi kerugian yang terjadi pada tahun-tahun sebelumnya. Ketika melihat secara keseluruhan, pola perilaku ini mencerminkan kemungkinan adanya praktik *Predatory Pricing* yang digunakan Terlapor untuk menguasai pasar dan praktik *recoupment* untuk mengembalikan kerugian. Dengan begitu, analisis ini memberikan gambaran mengenai dinamika kompetitif di pasar dan perannya dalam menciptakan hambatan bagi pesaing serta potensi dampak negatif pada efisiensi pasar.

Disisi lain pengujian *recoupment* tidak hanya melalui bentuk penguasaan pasar dan penutupan kerugian melalui praktik *Predatory Pricing* namun juga perlu dilihat dari sisi pesaing usaha lainnya yang berada didalam pasar persaingan. Dalam mengaplikasikan uji *recoupment* (pengembalian kerugian) dalam analisisnya, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mempertimbangkan sejumlah aspek yang memiliki kaitan dengan keberhasilan praktik *Predatory Pricing*. Faktor-faktor tersebut terkait dengan keluarnya beberapa pelaku usaha dari pasar yang bersangkutan, seperti PT. Cemindo Gemilang, PT. Semen Bosowa

Maros, dan PT. Semen Indonesia (persero). Dalam hal ini, KPPU menggunakan keterangan para pelaku usaha tersebut untuk membuktikan adanya pelaku usaha yang tersingkir dari pasar, yang pada gilirannya mendukung kemungkinan adanya praktik *Predatory Pricing* yang mengakibatkan persaingan tidak sehat.

Analisis recoupment, KPPU juga mengakui peran faktor keuangan sebagai elemen penting. KPPU menggunakan bukti berupa laporan keuangan PT. Conch South Kalimantan Cement sebagai dasar penilaian mengenai kekuatan keuangan perusahaan. Laporan tersebut menunjukkan bahwa PT. Conch South Kalimantan Cement mendapatkan dukungan finansial dari Anhui Conch Cement Company Limited, sebuah perusahaan besar di Asia. Pada titik penting dalam putusan KPPU (poin 6.3, halaman 328), terungkap bahwa keberadaan kekuatan keuangan ini menjadi salah satu faktor pendukung dalam kesuksesan praktik *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh PT. Conch South Kalimantan Cement.¹²⁵

Secara jelas, kekuatan finansial yang dimiliki oleh PT. Conch South Kalimantan Cement, yang didukung oleh entitas perusahaan raksasa Anhui Conch Cement Company Limited, memberikan keunggulan bagi perusahaan tersebut dalam menjalankan strategi *Predatory Pricing*. Faktor ini menjadi salah satu aspek penting dalam memastikan bahwa perusahaan mampu bertahan dan melakukan pengembalian kerugian yang terjadi pada tahap awal praktik *Predatory Pricing*. Selain itu, faktor kekuatan keuangan juga memiliki implikasi

¹²⁵ Vincentius Eric Sutanto, *Analisis Pendekatan Rules of Reason dalam Kasus Praktik Predatory Pricing (Studi Kasus Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020)*, Volume 7(1), April 2023, 17-22, Fakultas Hukum Universitas Batanghari Jambi, hal 20

pada posisi dominan perusahaan dalam pasar, sesuai dengan definisi posisi dominan berdasarkan Pasal 1 Angka (4).

Dengan demikian, analisis yang dilakukan oleh KPPU mengenai praktik *Predatory Pricing* oleh PT. Conch South Kalimantan Cement melibatkan penilaian atas keluarnya pesaing dari pasar, dampak praktik harga rendah terhadap persaingan, dan dukungan keuangan yang memberikan kemampuan perusahaan untuk mengembalikan kerugian serta mempertahankan posisi dominannya di pasar. Kesimpulan ini menggambarkan pentingnya mempertimbangkan berbagai faktor dalam menilai apakah praktik *Predatory Pricing* melanggar hukum persaingan atau tidak.

Price Cost Test atau Tes biaya-harga bertujuan mengidentifikasi apakah perusahaan mengalami kerugian yang masuk akal sebagai bagian dari strategi *Predatory Pricing*. Dengan membandingkan data biaya dan harga secara obyektif, tes ini tidak fokus pada niat perusahaan, tetapi apakah tindakan tersebut benar-benar terjadi. Ini penting karena dampak terhadap persaingan lebih signifikan daripada niatnya.¹²⁶ Tes biaya-harga (*price cost test*) yang dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) bertujuan untuk menganalisis apakah perusahaan, dalam hal ini PT. Conch South Kalimantan Cement (Terlapor), secara rasional mengalami kerugian yang terjadi sebagai bagian dari strategi *Predatory Pricing*. Tes ini mengacu pada perbandingan antara harga jual produk dengan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dan penjualan. Pendekatan ini bersifat objektif dan tidak mengkaji niat perusahaan untuk terlibat dalam praktik

¹²⁶ Directorate For Financial And Enterprise Affairs Competition Committee, *Op.cit.*, hal. 21.

Predatory Pricing, melainkan lebih pada validitas tindakan tersebut dalam konteks ekonomi.

Harga yang digunakan dalam analisis ini adalah harga jual yang ditawarkan oleh Terlapor untuk produk semen jenis PCC (Portland Composite Cement) pada pangsa pasar Kalimantan Selatan. Sementara itu, biaya yang dihitung mencakup berbagai komponen, seperti biaya bahan baku pokok dan tambahan, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* yang terkait dengan proses produksi hingga penjualan produk.

Melalui perbandingan data biaya dan harga, KPPU menemukan hasil yang mengindikasikan praktik *Predatory Pricing* oleh Terlapor. Pada tahun 2015, ditemukan bahwa margin keuntungan yang diperoleh oleh Terlapor selalu berada pada angka minus. Contohnya, margin keuntungan pada penjualan per-ton semen jenis PCC dengan kemasan 40 kg adalah -0,87%, sementara pada penjualan per-sak semen jenis PCC dengan kemasan 50kg mencapai -2,32%. Hasil serupa juga terlihat pada penjualan per-sak semen jenis PCC dengan kemasan 40 kg sebesar -2,29%, dan pada penjualan per-sak semen jenis PCC dengan kemasan 50 kg yang mencapai -30,25%.

Margin keuntungan yang negatif ini menggambarkan bahwa Terlapor mengalami kerugian dalam penjualan produknya. Artinya, pendapatan yang dihasilkan dari penjualan tidak cukup untuk menutupi biaya produksi yang telah dikeluarkan. Lebih lanjut, hal ini mengindikasikan bahwa Terlapor menjual produknya dengan harga di bawah harga pokok produksi (*cost of goods sold*),

yang dalam konteks analisis ekonomi dapat dianggap sebagai penerapan harga yang tidak masuk akal (*unreasonable low price*).

Hasil dari tes biaya-harga ini memiliki kaitan penting dengan teori recoupment. Jika Terlapor menjual produk dengan harga yang merugikan dan di bawah harga pokok produksi dalam upaya *Predatory Pricing*, maka kerugian yang dialami pada tahap awal mungkin dianggap sebagai investasi untuk mencapai posisi dominan di pasar. Dalam jangka panjang, perusahaan ini berupaya untuk mengembalikan kerugian tersebut dengan meningkatkan margin keuntungan ketika telah berhasil mendominasi pasar. Kesimpulannya, tes biaya-harga tidak hanya membantu mengidentifikasi praktik *Predatory Pricing* berdasarkan perbandingan data biaya dan harga, tetapi juga memberikan pemahaman tentang potensi strategi *recoupment* yang mungkin diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai posisi dominan di pasar.

KPPU juga menyatakan bahwa PT. Conch South Kalimantan Cement secara signifikan telah menetapkan harga dengan tingkat rendah yang mencurigakan. Dalam upaya untuk mengidentifikasi praktik *Predatory Pricing*, KPPU menggunakan tes perbandingan harga antara PT. Conch South Kalimantan Cement dan pelaku usaha pesaing lainnya. Namun, data rinci mengenai perbandingan harga ini tidak dapat diungkapkan secara terperinci dalam putusan karena dianggap sebagai rahasia perusahaan, sesuai dengan ketentuan Pasal 39 ayat (3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang mengharuskan KPPU untuk menjaga kerahasiaan informasi yang diperoleh dari pelaku usaha yang memiliki karakter rahasia perusahaan.

Pada data yang mengungkapkan perbandingan harga jual rata-rata, terlihat bahwa harga jual rata-rata yang ditawarkan oleh Terlapor cenderung lebih rendah dibandingkan dengan beberapa pesaing utama dalam periode tahun 2015 hingga 2019. Pada tahun-tahun tersebut, hasil perbandingan harga menunjukkan bahwa Terlapor secara konsisten memiliki harga jual yang lebih rendah dibandingkan dengan PT Semen Gresik (Persero), Tbk dan PT Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk untuk semen jenis PCC kemasan 40 kg dan 50 kg. Perbedaan harga ini bervariasi, dengan selisih harga mencapai antara Rp10.000,00 hingga Rp23.000,00 untuk kemasan 40 kg, dan antara Rp5.000,00 hingga Rp16.000,00 untuk kemasan 50 kg. Data ini memberikan gambaran bahwa Terlapor secara konsisten menjual produk dengan harga yang lebih rendah daripada pesaing utama di wilayah tersebut.

Data-data ini juga diperkuat dengan keterangan dari beberapa saksi yang turut memberikan pandangan terkait situasi di pasar. Saksi-saksi tersebut adalah pihak yang memiliki pengetahuan langsung tentang kondisi pasar semen di Kalimantan Selatan. Sebagai contoh, Saksi Oza Guswara, selaku General Manager Sales & Marketing PT Cemindo Gemilang, menyebutkan bahwa selisih harga yang mencapai Rp10.000,00 di antara produk Terlapor dan pesaing adalah sebuah disparitas harga yang sangat besar.

Hal serupa juga ditegaskan oleh Saksi Listusna Al Aini, Head of Sales Div. Area Manager PT Semen Bosowa Maros, yang menjelaskan bahwa pesaing sudah sulit bersaing dalam hal harga semen di Kalimantan Selatan dan bahkan telah melakukan subsidi silang dari wilayah lain untuk tetap kompetitif. Saksi Rahman Kurniawan, SVP of Sales PT Semen Indonesia (Persero), Tbk, juga memberikan

keterangan mengenai perubahan pangsa pasar dan penurunan harga semen di wilayah tersebut, yang menunjukkan bahwa pangsa pasar Terlapor (Semen Conch) meningkat secara signifikan.

Pendekatan *Rule of Reason* (aturan akal sehat) adalah suatu metode dalam hukum persaingan yang digunakan untuk mengevaluasi tindakan bisnis yang kompleks atau tidak jelas apakah melanggar undang-undang antimonopoli atau tidak. Dalam pendekatan ini, tindakan bisnis dievaluasi berdasarkan analisis faktor-faktor ekonomi dan kompetitif, serta dampaknya terhadap persaingan dan pasar.¹²⁷ Dalam konteks keterangan ini, pendekatan *Rule of Reason* digunakan untuk menganalisis praktik-praktik yang dilakukan oleh PT Conch South Kalimantan Cement (Terlapor) terkait dengan harga jual semen dan dampaknya terhadap persaingan di pasar semen di Kalimantan Selatan.

Pada kasus ini, ada dua teori pembuktian yang digunakan dalam pendekatan *Rule of Reason*, yaitu *Bright Line Evidence Theory* dan *Hard Line Evidence Theory*. Dalam *Bright Line Evidence Theory*, Teori ini menyatakan bahwa suatu pelaku usaha dapat dianggap telah mengakibatkan praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat jika telah terjadi penghilangan persaingan di pasar yang bersangkutan. Dengan kata lain, jika tindakan pelaku usaha telah menyebabkan hilangnya persaingan, maka itu dianggap sebagai pelanggaran.¹²⁸

Perubahan signifikan dalam pangsa pasar dan dominasi yang diperoleh oleh Terlapor (PT Conch South Kalimantan Cement) dalam waktu singkat dapat

¹²⁷ Andi Fahmi Lubis Etc, *Op.cit.*, hal. 77.

¹²⁸ Ni Luh Putu Diah Rumika Dewi Dewa Made Suartha, Penerapan Pendekatan Rules Of Reason dalam Menentukan Kegiatan predatory Pricing yang Dapat Mengakibatkan Persaingan Usaha Tidak Sehat, *Journal*, Vol 5 No 2, 2017, hal. 4.

mendukung argumen bahwa tindakan tersebut telah mengakibatkan hilangnya persaingan di pasar semen di Kalimantan Selatan. Dominasi pasar oleh Terlapor diindikasikan oleh penurunan pangsa pasar pesaing utama, seperti PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk, dan PT Solusi Bangun Persada/PT Holcim Indonesia, Tbk. Penurunan pangsa pasar yang drastis ini dapat menjadi bukti eliminasi persaingan dalam pasar semen Kalimantan Selatan. Terlapor berhasil menciptakan hambatan masuk dan *re-entry barriers* ke pasar, yang mengindikasikan upaya untuk menghindari persaingan dan mempertahankan posisi dominannya.

Hard Line Evidence Theory, Teori ini memerlukan analisis ekonomi yang lebih mendalam untuk membuktikan pelanggaran. Dalam kasus ini, dilakukan analisis biaya dan harga (*Price-Cost Test*) untuk mengidentifikasi apakah Terlapor secara rasional mengalami kerugian yang terjadi sebagai bagian dari praktik *Predatory Pricing*.¹²⁹ Analisis ini melibatkan perbandingan antara harga jual dan biaya produksi. Hasil analisis menunjukkan bahwa Terlapor menjual produk dengan harga yang lebih rendah daripada biaya produksi, yang mengindikasikan praktik jual rugi atau *Predatory Pricing*. Analisis ini juga dapat mendukung argumen adanya upaya *recoupment*, di mana Terlapor berupaya mengembalikan kerugian melalui peningkatan harga setelah berhasil mendominasi pasar. Dalam konteks *Hard Line Evidence Theory*, analisis ekonomi digunakan untuk membuktikan efek antikompetitif dari tindakan Terlapor. Pengujian ini melibatkan *Price-Cost Test* dan *Recoupment Test*. *Price-Cost Test* menunjukkan bahwa Terlapor secara konsisten menjual produk di bawah biaya produksinya, yang dapat mengindikasikan praktik jual rugi atau *Predatory Pricing*. Dengan

¹²⁹ Ni Luh Putu Diah Rumika Dewi Dewa Made Suartha, *Op.cit*, hal 5.

menjual produk di bawah harga pokok produksi, Terlapor bertujuan untuk mengambil alih pangsa pasar melalui penurunan harga.

Terpenuhinya unsur unsur pembuktian terhadap perilaku *predatory pricing* melalui kedua test yaitu *pre cost test* dan *recoupment test* telah dapat dibuktikan serta pendekatan *rule of reason* dengan dua cara yaitu *Hard Line Evidence Theory* dan *Bright Line Evidence Theory* juga sudah diterapkan dalam pendekatannya, akan tetapi mengenai alat bukti yang diajukan oleh investigator terhadap majelis memiliki kesalahan yang tidak sesuai dengan peraturan komisi nomor 1 tahun 2019 pasal 55 ayat 2 yang menyatakan bahwa "Surat atau dokumen yang diajukan sebagai alat bukti merupakan salinan atau *copy* surat atau dokumen asli yang telah dilegalisasi di kantor Pos." hal ini terdapat pada alat bukti dengan kode C1045-C1060 yang dimana hanya dilakukan satu stempel atau dilegalisasi oleh kantor pos dengan hanya melakukan sekali saja penempelan stempel.

Fakta yang terdapat pada persidangan menunjukkan bahwa alat bukti yang diidentifikasi sebagai C1045-C1060 sebenarnya terdiri dari 15 alat bukti yang berbeda satu sama lain. Setiap alat bukti ini mengandung informasi dan keterangan yang berbeda, mengakibatkan tidak adanya kesatuan yang jelas di antara mereka. Namun demikian, dalam konteks penyajian dalam persidangan, investigator memutuskan untuk menyajikan keseluruhan alat bukti tersebut dalam satu bundel yang diberi satu stemple pos tunggal.

Ketika alat bukti tersebut diajukan kepada majelis hakim sebagai bagian dari pendukung pembuktian terkait praktik *predatory pricing*, alat bukti ini melalui proses pemeriksaan oleh panitera. Meskipun ditemukan bahwa satu

stemple pos ditempatkan pada bundel yang berisi 15 alat bukti yang beragam, panitera tetap menerima dan menganggap keseluruhan alat bukti ini sebagai entitas yang sah dan relevan untuk diajukan kepada majelis hakim guna mendukung pembuktian kasus tersebut.

Hal ini membawa perhatian pada pertanyaan tentang integritas dan keabsahan alat bukti yang disajikan. Walaupun secara fisik ditempatkan dalam satu bundel, kesan tentang kesatuan dan keberlanjutan antara alat bukti tersebut dapat memunculkan pertanyaan tentang konsistensi dan akurasi penyajian. Meskipun demikian, pengakuan panitera terhadap alat bukti ini sebagai elemen sah dalam pembuktian menegaskan bahwa dalam kerangka hukum yang berlaku, alat bukti dalam situasi semacam ini dapat tetap diakui dan digunakan untuk keperluan persidangan.

Hal ini bertentangan dengan pasal 55 ayat 2 Perkom no 1 tahun 2019 "Surat atau dokumen yang diajukan sebagai alat bukti merupakan salinan atau *copy* surat atau dokumen asli yang telah dilegalisasi di kantor Pos." dimana pada pasal tersebut disebutkan bahwa surat atau dokumen harus dilakukan legalisasi di kantor pos sebagai alat bukti yang sah berdasarkan peraturan komisi pengawas persaingan usaha sendiri. Meskipun tidak dijelaskan mengenai jumlah alat bukti yang harus dilegalisasi oleh kantor pos sendiri, alat bukti C1045-C1060 memiliki data dan isi yang berbeda.

Penggunaan alat bukti C1045-C1060 sebagai elemen pertimbangan dalam putusan merupakan hal yang memunculkan implikasi yang signifikan dalam kasus ini, menunjukkan kemungkinan pelanggaran terhadap Pasal 55 ayat 2 Peraturan

Komisi Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019. Substansi dari alat bukti ini, yakni data mengenai harga penjualan rata-rata PT Cement kepada distributor, memiliki relevansi yang kuat dengan pembuktian melalui pengaplikasian *pre cost test* dan *recoupment test*. Kedua tes ini mengharuskan adanya harga jual rata-rata sebagai dasar perhitungan yang krusial dalam upaya membuktikan adanya praktik *predatory pricing*. Kehadiran alat bukti ini, dengan informasi yang disajikan seputar harga penjualan rata-rata, menjadi faktor penting dalam memvalidasi analisis mengenai apakah praktik tersebut melanggar prinsip-prinsip persaingan yang sehat. Oleh karena itu, penggunaan alat bukti ini menjadi semacam landasan dalam mendasari penggunaan alat test dan analisis yang lebih mendalam dalam kasus ini, menambah dimensi signifikansi terhadap elemen pembuktian dalam konteks hukum persaingan.

Penolakan terhadap penerimaan alat bukti tersebut dapat memiliki implikasi yang signifikan terhadap penggunaan alat test seperti *pre cost test* dan *recoupment* dalam pembuktian kasus. Terutama karena alat bukti dengan kode C1045-C1060 mewakili Harga Variable Rata-rata Penjualan yang mengharuskan dilakukannya perhitungan yang tepat terhadap Harga Produksi Rata-rata oleh PT Cement Conch. Alat bukti ini memiliki relevansi dalam menentukan Margin Cost yang lebih mendalam, sehingga mampu menggambarkan secara lebih komprehensif keuntungan maupun kerugian yang dialami oleh PT Conch dalam pelaksanaan penjualan mereka. Namun, jika legalitas alat bukti ini diragukan dan akhirnya tidak diterima, hal ini berpotensi untuk mengurangi kekuatan argumen yang menggunakan alat test tersebut. Oleh karena itu, penentuan validitas dan legalitas alat bukti menjadi krusial dalam memastikan landasan yang kokoh untuk

analisis yang lebih mendalam terhadap praktik predatory pricing yang terlibat dalam kasus ini. Dalam analisis yang lebih luas, penting untuk menjaga integritas dan keabsahan seluruh alat bukti yang digunakan dalam proses hukum agar dapat memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik memiliki dasar yang kuat dan sah dalam konteks hukum persaingan.

Penggunaan bukti ekonomi masih menjadi topik perdebatan yang berlarut-larut karena secara umum, pemerintah (eksekutif), DPR (legislatif), serta ahli-ahli dan praktisi hukum di Indonesia belum sepenuhnya menyepakati usulan untuk menginkorporasikan alat bukti ekonomi ke dalam Amademen atau Revisi Undang-Undang. Mereka masih berpendapat bahwa sistem hukum Indonesia hanya mengakui bukti-bukti yang telah diatur dalam Pasal 184 ayat (1) KUHAP, seperti saksi, ahli, surat dan dokumen, petunjuk, serta keterangan terdakwa yang telah diubah menjadi saksi, ahli, surat dan dokumen, petunjuk, serta keterangan terlapor dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Oleh karena itu, KPPU telah memasukkan alat bukti ekonomi sebagai norma dalam Peraturan KPPU Nomor 1 Tahun 2006 yang kemudian direvisi melalui Peraturan KPPU Nomor 1 Tahun 2010, di mana bukti ekonomi dianggap sebagai bagian dari bukti petunjuk. Pendekatan yang diambil oleh KPPU bertujuan untuk mengatasi kesulitan-kesulitan dalam pembuktian secara langsung karena keterbatasan kewenangan KPPU, terutama dalam melakukan penggeledahan dan penyitaan surat atau dokumen dari pelaku usaha yang menjadi terlapor.¹³⁰

¹³⁰ Akhmad Suraji, Alum Simbolon, Arza F. Prameswara, dkk., *DUA DEKADE PENEGAKAN HUKUM PERSAINGAN: Perdebatan dan Isu yang Belum terselesaikan*, KPPU, Jakarta Pusat, 2021, hal 125

Pada keterangan ahli yang menjelaskan mengenai alat bukti ekonomi yang disebutkan oleh Prof. Dr. Ine Minara S. Ruky, seorang Guru Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Indonesia, memberikan kontribusi penting dalam analisis kasus ini. Beliau menawarkan sudut pandang yang berbasis pada prinsip ekonomi industri. Dalam kajiannya, beliau mengidentifikasi strategi penetapan harga rendah di bawah biaya, yang dikenal sebagai *predatory pricing*, sebagai taktik sah dalam persaingan usaha. Menurut pandangan beliau, *predatory pricing* menjadi problematis hanya jika memungkinkan pelaku usaha dominan untuk menyingkirkan pesaing dari pasar dan kemudian menaikkan harga setelahnya untuk jangka waktu yang cukup lama. Dengan demikian, beliau memisahkan antara penetapan harga rendah yang mencerminkan persaingan sehat dan strategi *predatory pricing* yang memiliki potensi membahayakan persaingan dan konsumen.

Prof. Dr. Ine Minara S. Ruky juga mengedepankan pentingnya mendefinisikan pasar relevan dalam konteks ini. Menurut beliau, analisis dominasi dan penyalahgunaan dominasi harus dimulai dengan identifikasi pasar bersangkutan. Hanya dengan memahami pasar yang relevan, kita dapat mengevaluasi apakah sebuah perusahaan memegang posisi dominan yang memungkinkannya melakukan penyalahgunaan. Argumentasi ini mengarah pada penekanan beliau pada perlunya fokus pada persaingan sehat dan perlindungan konsumen.

Selain itu, Prof. Dr. Ine Minara S. Ruky membahas pentingnya tes rekuperasi (*recoupment test*) dalam mengevaluasi keberhasilan strategi *predatory pricing*. Beliau menyoroti bahwa strategi ini hanya akan berhasil jika pelaku usaha

predator dapat menghasilkan keuntungan yang cukup besar setelah mengeliminasi pesaingnya. Hal ini menunjukkan pendekatan analitis dan terperinci dari beliau dalam memahami implikasi strategi penetapan harga rendah ini.

Dengan mendasarkan analisisnya pada prinsip ekonomi industri, Prof. Dr. Ine Minara S. Ruky memberikan perspektif yang cermat dan terinci terhadap tindakan yang dilakukan oleh terlapor. Argumentasinya yang berfokus pada persaingan yang sehat, perlindungan konsumen, dan penekanan pada tes rekuperasi memberikan landasan kuat dalam mendukung posisi terlapor dalam kasus ini.

Dari keseluruhan keterangan ahli yang disampaikan, terlihat bahwa Majelis tampaknya lebih condong kepada pandangan yang mengindikasikan bahwa terlapor terlibat dalam praktik predatory pricing. Bahkan, dalam proses pengambilan keputusan, Majelis nampaknya tidak memberikan cukup bobot pada keterangan ahli yang memberikan sudut pandang yang mendukung terlapor. Hal ini terlihat dari penekanan Majelis pada pandangan yang menyatakan bahwa terlapor benar-benar terlibat dalam praktik penetapan harga rendah di bawah biaya dengan tujuan merusak pesaing. Keputusan ini mungkin didasarkan pada analisis yang lebih mendalam terhadap implikasi strategi predatory pricing terhadap persaingan usaha dan konsumen.

Meskipun Majelis memberikan penekanan pada keterangan ahli yang mendukung klaim bahwa terlapor terlibat dalam predatory pricing, sebaiknya dalam mengambil keputusan akhir, faktor-faktor lain juga dipertimbangkan. Hal ini termasuk analisis lebih lanjut terkait dengan definisi pasar relevan, pengujian

rekuperasi, dan dampak strategi penetapan harga terhadap persaingan dan konsumen. Kesimpulan akhir sebaiknya didasarkan pada pertimbangan menyeluruh dari seluruh keterangan ahli yang telah disampaikan, dengan tujuan memastikan keadilan dan kebenaran dalam putusan yang diambil.

Salah satu aspek lain yang juga menjadi sorotan dalam kasus ini adalah penggunaan terbatas dari petunjuk atau tes dalam pembuktian. Dalam konteks ini, hanya dua petunjuk yang diterapkan, yaitu pre-cost test dan recoupment test. Namun, hal ini menimbulkan pertanyaan terkait dengan keabsahan dan kelengkapan analisis yang digunakan oleh KPPU. Peraturan KPPU Nomor 6 Tahun 2011 mengenai pedoman pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa terdapat lima tes yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi praktik jual rugi, yakni *Price-Cost Test*, *Areeda-Turner Test*, *Average Total Cost Test (ATC Test)*, *Average Avoidable Cost Test (AAC Test)*, dan *Recoupment Test*.

Dalam konteks Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020, meskipun hanya pre-cost test dan recoupment test yang diterapkan, fakta bahwa peraturan KPPU menyebutkan lima tes lainnya menunjukkan pentingnya pendekatan yang holistik dalam mengidentifikasi praktik jual rugi. Implementasi semua tes tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan akurat terhadap praktik jual rugi. Oleh karena itu, kritik terhadap keterbatasan penggunaan tes dalam kasus ini menjadi relevan karena potensi dampak signifikan dari praktik predatory pricing pada ekosistem pasar.

Keterbatasan penggunaan tes juga dapat berdampak pada pemahaman dan keyakinan publik serta pelaku pasar mengenai keputusan KPPU. Pentingnya

penggunaan beragam tes adalah untuk menganalisis praktik jual rugi dari berbagai sudut pandang, sehingga meminimalkan risiko kesalahan interpretasi dan meningkatkan keakuratan kesimpulan. Oleh karena itu, upaya untuk lebih berimbang dan komprehensif dalam menerapkan berbagai tes yang tersedia dapat memperkuat pembuktian dan keputusan KPPU terkait kasus praktik predatory pricing.

B. Dampak negatif dari terjadinya praktik *Predatory Pricing* dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/20200

Pasal 20 Undang-Undang No. 5 tahun 1999 mengatur bahwa pelaku usaha dilarang melakukan penyediaan barang dan/atau jasa dengan cara menjual di bawah biaya atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan tujuan mengeluarkan atau menghentikan usaha pesaingnya di pasar yang sama. Hal ini berpotensi menyebabkan terjadinya situasi monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.¹³¹

Praktek menjual dengan harga di bawah biaya atau yang dikenal sebagai tindakan "jual rugi" dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhi harga pasar, dengan akibat bahwa pelaku usaha yang menerapkan praktik ini akan memperoleh posisi dominan dalam pasar atau dengan kata lain, tujuannya adalah untuk menguasai pasar. Situasi ini terjadi karena pesaing lain tidak mampu untuk menyesuaikan harga mereka dengan harga yang diterapkan oleh pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi. Seiring berjalan waktu, pesaing akan

¹³¹ Lukman Haryanto Sianipar, Lesson Sihotang, Tulus Siambaton, *Tinjauan Hukum Praktik Jual Rugi Dalam Industri Retail Berdasarkan Uu No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Pada Swalayan Maju Bersama Glugur)*,

mengalami kerugian karena konsumen akan beralih memilih barang dan/atau jasa dengan harga jual yang lebih rendah.

Perpindahan konsumen ke produk dengan harga lebih rendah adalah fenomena yang wajar dan dapat diterima dalam masyarakat. Setiap konsumen akan memilih barang atau jasa yang dianggap lebih terjangkau jika memiliki kualitas yang setara. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyebutkan bahwa praktek jual rugi ditandai oleh pedagang yang menawarkan harga yang sangat rendah dibandingkan pesaing sejenis atau sekelasnya. Faktor "kesadaran" dalam melakukan penjualan yang tidak menguntungkan atau menetapkan harga yang sangat rendah adalah agar pesaing kehilangan daya saingnya dan pada akhirnya keluar dari pasar, mengarah pada potensi terjadinya praktek monopoli dan pelanggaran persaingan usaha yang tidak sehat.

Dengan adanya perpindahan konsumen yang signifikan dapat membuat perusahaan mengalami penurunan pendapatan. Perpindahan konsumen yang signifikan sangat mempengaruhi Kesehatan keuangan sebuah perusahaan, Dalam jangka panjang, penurunan pendapatan yang berkelanjutan dapat berujung pada kehilangan "market power" atau kekuatan pasar perusahaan. Sebagai akibatnya, perusahaan menjadi terpinggirkan dari kompetisi dan bahkan terancam keluar dari pasar persaingan secara keseluruhan. Praktek jual rugi yang tidak diiringi oleh pertimbangan persaingan yang sehat dapat merugikan pasar secara keseluruhan, menghambat inovasi, dan pada akhirnya merugikan konsumen serta pelaku usaha lainnya.

Fenomena perpindahan konsumen ke produk dengan harga lebih rendah memang merupakan bagian yang wajar dalam persaingan pasar. Konsumen cenderung mencari nilai terbaik dengan mempertimbangkan kualitas dan harga produk. Namun, dalam konteks hukum persaingan usaha, praktek jual rugi atau *Predatory Pricing*, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, memiliki dampak yang lebih kompleks dan dapat membawa konsekuensi serius terhadap kompetisi dan stabilitas pasar.

Dalam kasus yang diuraikan, Terlapor melakukan strategi harga jual di bawah harga pokok penjualan dengan tujuan untuk meningkatkan pangsa pasar dan mengurangi daya saing pesaingnya. Meskipun perpindahan konsumen ke produk dengan harga lebih rendah adalah fenomena yang wajar, tindakan ini dapat memiliki dampak negatif yang signifikan dalam jangka panjang, terutama jika tidak diiringi oleh persaingan yang sehat. Ketika perusahaan seperti Terlapor menggunakan strategi harga rendah dengan maksud mengurangi pesaing dan mengambil alih pasar, potensi terjadinya praktek monopoli dan pelanggaran persaingan usaha yang tidak sehat meningkat. Dalam kasus ini, perusahaan pesaing keluar dari pasar karena tidak mampu bersaing dengan harga yang sangat rendah dari Terlapor. Hal ini mengarah pada penurunan pendapatan perusahaan-perusahaan tersebut dan dapat mengancam keberlanjutan bisnis mereka.

Dampak lebih lanjut adalah terganggunya kesehatan keuangan perusahaan pesaing yang keluar dari pasar. Penurunan pendapatan yang berkelanjutan dapat merusak posisi keuangan perusahaan dan mengurangi daya saing mereka di pasar lainnya. Selain itu, perusahaan-perusahaan tersebut juga menghadapi risiko PHK dan dampak sosial ekonomi yang lebih luas.

Terlepas dari manfaat yang mungkin diperoleh konsumen dari harga lebih rendah, praktek jual rugi yang ekstensif dan tidak sehat dapat menyebabkan ketidakstabilan pasar. Inovasi dan investasi dalam pengembangan produk baru juga dapat terhambat, karena perusahaan mungkin kesulitan untuk menghasilkan keuntungan yang cukup untuk mendukung upaya tersebut.

Praktik *Predatory Pricing* yang dibahas dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/20200 menggambarkan sebuah situasi di mana persaingan usaha menjadi krusial, terutama dalam konteks pencegahan monopoli. Terlepas dari fakta bahwa terminologi "persaingan usaha" tidak disebutkan secara eksplisit, substansi persaingan usaha dan demokrasi ekonomi menjadi sangat relevan. Hal ini terkait dengan amanat dalam TAP MPRS NO XXXIII Tahun 1966 yang mempertegas bahwa monopoli yang berdampak merugikan masyarakat adalah karakteristik yang tidak sejalan dengan demokrasi ekonomi. Oleh karena itu, semangat persaingan usaha telah menjadi aspek penting dalam lanskap sejarah kehidupan negara Indonesia.

Sebagai satu tingkat peraturan hukum yang lebih rendah, regulasi UU dan struktur hukum lainnya menjadi bagian penting dari sistem hukum secara keseluruhan. Walaupun pendekatan etika dan moral memegang peran yang signifikan, perlu dipahami bahwa kualitas hidup masyarakat juga merupakan elemen penting. Oleh sebab itu, hukum memiliki kedudukan strategis dalam merealisasikan tujuan dan cita-cita yang diharapkan oleh masyarakat. Hukum harus dapat memberikan kerangka kerja yang memastikan terwujudnya keseimbangan kekuasaan dan menghindari penyalahgunaan kekuasaan yang potensial.

Kehadiran hukum persaingan usaha bersinergi dengan evolusi kehidupan masyarakat dan perkembangan aktifitas usaha yang semakin kompleks. Di masa lalu, hukum mengatur urusan negara dan warga secara terpisah. Seiring berjalannya waktu, entitas pelaku usaha menjadi satu bagian integral dari struktur masyarakat dengan eksistensi dan kontribusi yang signifikan.

Hubungan antar pelaku usaha menjadi lebih rumit, dan jika tidak ada regulasi, hubungan tersebut berpotensi memburuk. Begitu pula hubungan antara pelaku usaha dan masyarakat, potensi eksploitasi mungkin terjadi tanpa batasan yang jelas mengenai etika bisnis. Oleh karena itu, peraturan dalam persaingan usaha harus dievaluasi dari perspektif melindungi kepentingan para pelaku usaha dan melindungi konsumen. Meskipun di Indonesia, lembaga pengawas persaingan tidak dinamakan sebagai lembaga perlindungan konsumen, namun terdapat norma-norma yang menyiratkan perlindungan terhadap konsumen.

Dalam konteks UU No. 5 Tahun 1999, substansi norma persaingan usaha mencerminkan upaya konkret untuk menciptakan demokrasi ekonomi. Dalam pasal 2 ditegaskan bahwa pelaku usaha di Indonesia diharapkan tidak hanya bersifat kompetitif, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan umum. Dengan demikian, tanggung jawab para pelaku usaha bukan hanya terbatas pada persaingan yang sehat, tetapi juga mempertimbangkan upaya menciptakan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks persaingan usaha, penting untuk mempertimbangkan kepentingan masyarakat secara lebih luas.¹³²

¹³² Akhmad Suraji, Alum Simbolon, Arza F. Prameswara, dkk., *Op. Cit*, KPPU, Jakarta Pusat, 2021, hlm 71.

Kasus ini menunjukkan penggunaan strategi harga rendah oleh Terlapor mengakibatkan perpindahan signifikan konsumen dan keluarnya perusahaan pesaing dari pasar. Ini menciptakan ketidakseimbangan dalam persaingan dan dapat membahayakan kesehatan pasar secara keseluruhan. Dampak negatif ini mencakup penurunan pendapatan perusahaan pesaing, risiko PHK, kurangnya insentif untuk inovasi, dan potensi terjadinya konsentrasi pasar yang tinggi atau bahkan monopoli. Dengan demikian, meskipun perpindahan konsumen ke produk dengan harga lebih rendah adalah fenomena yang umum, tindakan yang tidak sehat dan melanggar persaingan, seperti praktek jual rugi tanpa memperhatikan dampaknya terhadap pesaing dan pasar secara keseluruhan, dapat membawa konsekuensi negatif yang signifikan dan merugikan berbagai pihak.

Dampak dari kenaikan pangsa pasar Terlapor dan penurunan pangsa pasar pesaing mengakibatkan beberapa pelaku usaha pesaing keluar dari pasar semen Kalimantan Selatan. PT Cemindo Gemilang, PT Semen Bosowa Maros, PT Solusi Bangun Indonesia, PT Jui Shin Indonesia, dan PT Semen Jawa menghadapi penurunan penjualan dan kesulitan dalam bersaing dengan harga rendah yang ditawarkan oleh Terlapor. Beberapa perusahaan ini menghentikan penjualan produk semen mereka di wilayah tersebut, dengan alasan margin keuntungan yang semakin mengecil dan kesulitan bersaing dengan harga rendah yang ditawarkan oleh Terlapor.

Dampak pergeseran pangsa pasar yang signifikan oleh Terlapor dan penurunan pangsa pasar pesaing dalam industri semen di wilayah Kalimantan Selatan memiliki keterkaitan yang signifikan dengan keseimbangan pasar. Keseimbangan pasar, yang mencakup hubungan harmonis antara penawaran dan

permintaan suatu produk atau layanan, dapat terganggu oleh perubahan dinamika ini. Peningkatan pangsa pasar Terlapor yang mengikuti penawaran produk dengan harga lebih rendah dapat berdampak pada penurunan harga pasar secara keseluruhan. Namun, perlu diperhatikan bahwa jika harga yang ditawarkan oleh Terlapor tidak mencerminkan biaya produksi yang wajar, fenomena ini dapat mengindikasikan praktik jual rugi atau *Predatory Pricing*, yang pada akhirnya dapat merusak keseimbangan pasar dan berdampak pada keberlanjutan industri.

Penurunan pangsa pasar pesaing dan keluarnya beberapa perusahaan dari pasar dapat mengganggu struktur industri dan mengurangi persaingan yang sehat. Hal ini mungkin mengakibatkan kesulitan finansial bagi pesaing yang tidak mampu bersaing dengan harga rendah yang ditawarkan oleh Terlapor. Oleh karena itu, pemeliharaan keseimbangan pasar yang sehat dan kebijakan harga yang adil sangat penting untuk memastikan berlangsungnya persaingan yang seimbang, inovasi, dan keberlanjutan industri dalam jangka panjang.

Perubahan dinamika pasar semen di wilayah Kalimantan Selatan, termasuk peningkatan pangsa pasar oleh Terlapor dan penurunan pesaing, memiliki dampak yang signifikan bagi konsumen. Awalnya, konsumen dapat merasakan manfaat dari harga semen yang lebih terjangkau yang ditawarkan oleh Terlapor. Harga yang lebih rendah ini dapat memberikan keuntungan finansial kepada konsumen, terutama bagi mereka yang terlibat dalam proyek-proyek konstruksi yang memerlukan penggunaan semen dalam jumlah besar. Namun, dalam jangka panjang, perubahan ini juga membawa implikasi yang perlu dipertimbangkan dengan serius.

Pengaruh perubahan dinamika pasar semen di wilayah Kalimantan Selatan, khususnya peningkatan pangsa pasar oleh Terlapor dan penurunan pesaing, memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap inovasi dalam industri tersebut. Pada awalnya, persaingan yang lebih ketat antara pesaing usaha dapat mendorong dorongan untuk berinovasi dalam upaya mempertahankan pangsa pasar dan memenangkan persaingan. Namun, ketika Terlapor mengalami peningkatan pangsa pasar secara drastis dan beberapa pesaing mengalami kesulitan atau bahkan keluar dari pasar, hal ini dapat mengurangi insentif bagi perusahaan untuk berinovasi.

Dampak pertama adalah bahwa penurunan persaingan dapat mengurangi tekanan untuk menciptakan produk atau layanan baru yang lebih baik atau lebih efisien. Perusahaan mungkin merasa kurang perlu untuk mengembangkan teknologi baru atau mengintroduksi fitur-fitur inovatif karena mereka memiliki pangsa pasar yang cukup besar tanpa harus berinvestasi dalam inovasi tersebut. Ini dapat menghambat perkembangan industri dan kemajuan teknologi dalam jangka panjang.

Dampak lainnya adalah pengaruh terhadap investasi penelitian dan pengembangan. Jika pesaing utama mengalami penurunan atau keluar dari pasar, perusahaan mungkin merasa kurang terdorong untuk mengalokasikan sumber daya ke penelitian dan pengembangan baru. Kurangnya investasi ini dapat menghambat kemajuan teknologi dan inovasi yang dapat memberikan manfaat nyata bagi konsumen, seperti produk yang lebih ramah lingkungan, efisien energi, atau memiliki kualitas lebih tinggi.

Pengaruh negatif dari pergeseran pasar dan potensi terbentuknya monopoli dalam industri semen di wilayah Kalimantan Selatan dapat mengakibatkan kerugian signifikan bagi keuangan negara. Pertama-tama, adanya dominasi pasar oleh satu perusahaan dapat mengurangi kompetisi yang sehat, mengakibatkan penurunan pendapatan pajak yang diterima negara. Ketika perusahaan dominan mengendalikan harga dan produksi tanpa tekanan persaingan, potensi pendapatan pajak dari sektor tersebut dapat menurun drastis, berdampak pada kemampuan negara untuk membiayai berbagai program pembangunan dan pelayanan masyarakat.

Kedua, praktik monopoli cenderung menciptakan situasi di mana perusahaan dominan bisa memanipulasi harga produk. Hal ini dapat merugikan konsumen karena harga yang tinggi atau tidak wajar, yang pada gilirannya mengakibatkan konsumen harus membayar lebih mahal untuk produk yang seharusnya lebih terjangkau. Kerugian finansial ini dirasakan oleh masyarakat umum dan dapat mempengaruhi daya beli serta kesejahteraan ekonomi mereka.

Praktik monopoli juga bisa menghambat pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Dengan kendali penuh atas pasar, perusahaan dominan mungkin kurang termotivasi untuk melakukan inovasi atau meningkatkan kualitas produk. Ini dapat menghambat pertumbuhan sektor industri dan berpotensi mengurangi daya saing ekonomi negara di tingkat global. Selain itu, kurangnya persaingan juga dapat menghambat investasi dari pelaku usaha lain, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja.

Secara keseluruhan, dampak negatif praktik predatory pricing termasuk distorsi pasar, penurunan inovasi, dan ancaman terbentuknya monopoli. Upaya untuk menjaga pasar sehat dan kompetitif serta melindungi konsumen menjadi penting dalam mengatasi tindakan semacam ini. Kesimpulan ini menegaskan perlunya perlindungan dan pemeliharaan lingkungan persaingan yang sehat guna menjaga ekonomi seimbang dan mencegah dampak negatif bagi semua pihak terlibat.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Pembuktian *Predatory Pricing* dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020

Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020 pada kasus *Predatory Pricing* industri semen di Kalimantan Selatan memperkuat klaim praktik jual rugi. Analisis yang dilakukan KPPU menunjukkan peningkatan signifikan pangsa pasar PT Semen Conch dan penurunan pesaing. *Pre Cost Test* dan *Recoupment Test* menunjukkan adanya praktik jual rugi dan niat merugikan pesaing. Hasilnya, PT Semen Conch melanggar prinsip persaingan sehat. Pendekatan *Rule of Reason* diterapkan dan menunjukkan dampak negatif tindakan tersebut terhadap persaingan dan pasar. Praktik *predatory pricing* mengganggu inovasi, mengurangi pilihan konsumen, dan berpotensi menguasai pasar. Dalam pembuktiannya KPPU

2. Dampak negatif dari terjadinya praktik *Predatory Pricing* dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020

Praktik *predatory pricing* di industri semen Kalimantan Selatan (Putusan 03/KPPU-L/2020) berdampak negatif pada ekonomi dan persaingan usaha. Terlapor, dengan menjual di bawah harga pokok, mengganggu keseimbangan pasar. Pangsa pasar Terlapor meningkat drastis, sedangkan pesaing terdepak. Hal ini mengakibatkan konsentrasi pasar tinggi, merugikan konsumen. Selain itu, praktik ini menghambat inovasi karena pesaing kehilangan pendapatan untuk berinvestasi dalam penelitian. Ini berpotensi menciptakan monopoli dan

merusak pertumbuhan industri serta ekonomi. Perlindungan persaingan sehat dan konsumen adalah kunci dalam menghadapi praktik semacam ini..

B. Saran

1. Untuk mencegah praktik *predatory pricing* seperti dalam Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020, KPPU perlu menerapkan beberapa saran penting yaitu, perlunya penegakan hukum ketat dan pengawasan tegas terhadap praktik ini serta KPPU juga perlu menerapkan mekanisme uji efektif seperti pre-cost test dan recoupment test.
2. Kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Terakhir, terapkan pendekatan "*rule of reason*" dalam analisis kasus *predatory pricing*. Dengan langkah-langkah ini, dapat mencegah praktik ini dan melindungi konsumen serta pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ahmad Miru, Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, 2004.
- Andi Fahmi Lubis, et.al., *Hukum Persaingan Usaha*, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), Cetakan kedua, 2017.
- Akhmad Suraji, Alum Simbolon, Arza F. Prameswara, et.al., *Dua Dekade Penegakan Hukum Persaingan: Perdebatan dan Isu yang Belum Terselesaikan*, KPPU, Jakarta Pusat, 2021.
- Alyta Ras Ginting, *Hukum Anti Monopoli Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, Cetakan Pertama, 2001.
- Anna Maria Tri Anggraini, *Kajian Yuridis Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, 2011.
- Asril Sitompul, *Praktek monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Tinjauan Terhadap Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999)*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999.
- Ayudha D. Prayoga, et.al., *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturnya di Indonesia*, ELIPS, Jakarta, 2000.
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002.
- Christian Barthel, *Predatory Pricing Policy under EC and US Law*, FACULTY OF LAW University of Lund, 2002.
- Directorate for Financial and Enterprise Affairs Competition Committee, *Predatory Foreclosure*, 2005.
- Dr. Yudi Krismen US, S.H., M.H., *Delik-Delik Ekonomi di Luar KUHP Jilid 2*, PT Praja Grafindo Persada, Depok, cetakan pertama, 2020.
- Drs. Hilmi Rahman Ibrahim, Hamka Halkam, *Perdagangan Internasional & Strategi Pengendalian Impor*, Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, cetakan pertama, 2021.
- Eddie Rinaldy, Denny Ikhlas, Ardha Utama, *Perdagangan Internasional: Konsep dan Aplikasi*, PT Bumi Aksara, Jakarta Timur, 2018.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Edisi 4, 2017, 315.

- Galuh Puspaningrum, *Hukum Persaingan Usaha; Perjanjian dan Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2013.
- Hamdy Hady, *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan Perdagangan Internasional*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2009.
- Henry Campbell Black, M. A. *Black,,s Law Dictionary*, revised fourth editon, WEST PUBLISHING CO, 1968.
- Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, Gema Insani Press, Jakarta, 2002, 92.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia: dengan Pembahasan atas Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.
- Johnny Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha*, Bayumedia Publishing, Malang, 2006.
- Korah, *Valentine An introductory guide to EC competition law and practise 4 th edition*, Oxford, 2000.
- Lihat Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, Edisi Revisi, 2004.
- Mudrajad Kuncoro, *Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif)*, Erlangga, Yogyakarta, 2005.
- Mustafa Kamal Rokan, *Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, PT Grafindo Persada, Jakarta, 2010.
- Ningrum Natasya Sirait, et.al., *Buku Hukum Persaingan Usaha*, Komisi Pengawasan Persaingan Usaha, Jakarta, 2017.
- Nigrum Natasya Sirait, et.al., *Ikhtisar Ketentuan Persaingan Usaha*, NLRP, 2010.
- Philip Areeda dan Donald Frank. Turner, “*Predatory Pricing And Related Practices Under Section 2 Of The Sherman Act, Harvard Law Review*”, Harvard law Review, 88, 4 (Februari, 1975)
- R. Shyam Khemani, *A Framework for the Design and Implementation of Competition Law and Policy*.
- Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2013,.
- Ruslam, et.al., *Perdagangan Antar Wilayah Indonesia*, BPS RI, Jakarta, 2021.
- Siti Anisah, *Persaingan Usaha*, cetakan pertama, FH UII Press, 2022.
- Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010.

Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2012.

Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

Wiley Dominick Salvatore, *International Economics*, Fordam University, Edisi 11, 2013.

JURNAL

Andi Hamzah, *Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) yang Dilakukan Pelaku Usaha dalam Perspektif Persaingan Usaha*, Jurnal Dinamika Hukum, vol. 12, no. 2, 2012.

Alem Savier, DR. Teddy Prima Anggriawan S.H., S.Sos., M.Kn., *Fenomena Predatory Pricing Dalam Persaingan Usaha Di E Commerce (Studi Kasus Antara Penetapan Tarif Bawah Antara Aplikasi Indrive Dan Gojek)*, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 2023.

Christian Barthel, *Predatory Pricing Policy under EC and US Law*, FACULTY OF LAW University of Lund, 2002.

Daniel J. Gifford and Leo J. Raskind, *Federal Antitrust Law Cases and Material*, Anderson Publishing Co, 1998.

Ni Luh Putu Diah Rumika Dewil Dewa Made Suartha, *Penerapan Pendekatan Rules Of Reason dalam Menentukan Kegiatan predatory Pricing yang Dapat Mengakibatkan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Journal, Vo.1 5, No. 2, 2017, 4.

P. Areeda dan D. Turner, '*Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act*', *Harvard Law Review*, Vol. 88, No. 4, 1975,

Peter C. Carstensen, *Predatory Pricing in the Courts: Reflection on Two Decision*, 61 Notre Dame L. Rev. 928, 1986

R.H. Koller, *When is Pricing predatory?*, 24 The Antitrust Bulletin, 1979

Rezmia Febrina, *Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha*, JURNAL SELAT, Vol. 4, No. 2, 2017, 243.

SİMGE ŞAŞMAZ, *PREDATORY PRICING IN COMPETITION LAW*, Sabanci university, 2009.

Vincentius Eric Sutanto, *Analisis Pendekatan Rules of Reason dalam Kasus Praktik Predatory Pricing (Studi Kasus Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020)*, Fakultas Hukum Universitas Batanghari Jambi, Vol. 7, No. 1, 2023, 17-22.

Zulvia Makka, *Bentuk Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Pesaing terhadap Posisi Dominan dalam Penerapan Rule of Reason*, Fakultas Hukum Universitas Borneo, *Tarak*, Vol. 02, 2021, 9.

INTERNET

<https://bbs.binus.ac.id/ibm/2017/06/teori-keunggulan-komparatif-david-ricardo/>, diakses pada tanggal 23 Juni 2023 pukul 22.13 WIB.

<https://business-law.binus.ac.id/2013/01/20/catatan-seputar-hukum-persaingan-usaha/>, diakses pada tanggal 26 Juli 2023, pukul 15.07 WIB.

<https://ditsmp.kemdikbud.go.id/kegiatan-ekonomi-produksi-distribusi-dan-konsumsi/>, diakses pada tanggal 6 Juni 2023, pukul 22:31 WIB.

<https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>, diakses pada tanggal 2 Agustus 2023 pukul 14.16 WIB.

<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>, diakses pada tanggal 2 Agustus 2023 pukul 14.19 WIB.

<https://kppu.go.id/blog/2021/08/putusan-kppu-atas-pt-conch-south-kalimantan-cement-dikuatkan-mahkamah-agung/>, diakses pada tanggal 6 Juni 2023, pukul 22:34 WIB

<https://midtrans.com/id/blog/jenis-sektor-usaha>, diakses pada tanggal 8 Juni 2023, pukul 14:45 WIB

<https://tafsirweb.com/6593-surat-asy-syuara-ayat-183.html>, diakses pada tanggal 18 Agustus 2023 pukul 17.44 WIB.

<https://www.gramedia.com/literasi/pelaku-ekonomi/>, diakses pada tanggal 2 Agustus 2023 pukul 13.50 WIB.

<https://www.modalrakyat.id/blog/pelaku-ekonomi>, diakses pada tanggal 2 Agustus 2023 pukul 14.00 WIB.

<https://www.simulasikredit.com/apa-itu-predatory-pricing-strategi-penetapan-harga-predatory/>, diakses pada tanggal 23 Agustus 2023 pukul 09.50 WIB.

SKRIPSI

Muhammad Saman, *Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo Perspektif Etika Bisnis Islam*, (Skripsi. Universits Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010).

PUTUSAN

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Putusan Kasus No. 03/KPPU-L/2020 (Jakarta: KPPU, 2020)

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, *Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 Tentang Jual Rugi*,
(Jakarta: KPPU, 2009).

UNDANG UNDANG

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2021.

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.