

FLASH SALE SEBAGAI INDIKASI PREDATORY PRICING PADA APLIKASI E-COMMERCE PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA

Komang Kory Jayani, I Nyoman Putu Budiarta, Ni Made Puspasutari Ujianti
Fakultas Hukum Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia
koryjayani11@gmail.com, budiarthaputu59@gmail.com, puspasutariujianti@gmail.com

Abstrak

Layanan *E-commerce* saat ini menerapkan promo *flash sale* yang merupakan salah satu strategi pemasaran dengan menerbitkan diskon atau potongan pada waktu-waktu tertentu bahkan sampai menyentuh harga sembilan ratus sembilan puluh sembilan rupiah. Hal ini menjadikan adanya indikasi tindakan *Predatory Pricing* yang dilarang dalam hukum persaingan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaturan *flash sale* pada aplikasi *E-commerce* yang di indikasikan sebagai *Predatory Pricing*, dan mengungkapkan penegakan hukum pada pelaku *Predatory Pricing* yang melakukan *flash sale* pada aplikasi *E-commerce*. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif dengan pendekatan Perundang-undangan. Bahan hukum yang digunakan adalah bahan hukum primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data kepustakaan atau *library research* yang berkaitan dengan praktek *flash sale* sebagai indikasi *Predatory Pricing* pada aplikasi *E-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketentuan Pasal 20 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999, bahwa *Predatory Pricing* tidak serta merta dilarang, akan tetapi harus dibuktikan bahwa *predatory pricing* tersebut akan mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat, dari hal tersebut dapat diketahui bahwa tidak semua kegiatan jual rugi merupakan perbuatan yang melanggar hukum. Promo *flash sale* yang di lakukan oleh salah satu *E-commerce* ini tidak tergolong kedalam tindakan *Predatory Pricing*, dikarenakan tidak memenuhi syarat dan unsur-unsur perbuatan yang di jelaskan dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 mengenai persaingan usaha tidak sehat.

Kata Kunci: Flash Sale, Hukum Persaingan Usaha, Predatory Pricing

Abstract

E-commerce services are currently implementing flash sale promos which are one of the marketing strategies by issuing discounts or discounts at certain times even reaching the price of nine hundred and ninety-nine rupiahs. This is an indication of Predatory Pricing which is prohibited in business competition law. This study aims to examine the setting of flash sales on E-commerce applications which are indicated as Predatory Pricing, and reveal law enforcement on Predatory Pricing actors who carry out flash sales on E-commerce applications. In this study using a normative research method with a Legislative approach. The legal materials used are primary and secondary legal materials. Library data collection techniques or library research related to flash sales practices as an indication of Predatory Pricing in E-commerce applications. The results of the study indicate that the provisions of Article 20 of Law Number 5 of 1999, that Predatory Pricing is not necessarily prohibited, but it must be proven that predatory pricing will result in unfair business competition, from this it can be seen that not all selling and loss activities is an unlawful act. The flash sale promo that is carried out by one of these E-commerce is not classified as Predatory Pricing, because it does not meet the requirements and elements of the act described in Law Number 5 of 1999 concerning unfair business competition.

Keywords: Flash Sale, Business Competition Law, Predatory Pricing

I. PENDAHULUAN

Hukum memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi melalui lembaga negara. Perkembangan ekonomi yang dikarenakan timbulnya globalisasi perekonomian dunia, mengakibatkan banyaknya tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku dunia usaha, diantaranya perlakuan persaingan usaha yang merujuk pada persaingan produk itu sendiri, pada masa ini perekonomian itu sendiri adalah perdagangan globalisasi antar negara (Sari, 2016). Adanya permasalahan hukum pada negara merupakan salah satu hambatan yang bersifat perdapa selagi masih adanya pihak yang lemah dan masih perlu dilindungi supaya terhindar dari suatu Tindakan eksploitasi dari pihak-pihak lain yang memiliki kekuatan yang lebih kuat (Dhaniswara, 2006). Oleh karenanya hukum dibutuhkan untuk digunakan sebagai tindakan preventif dalam menghindari permasalahan-permasalahan perbuatan

memenuhi kebutuhan manusia yang sangat terbatas, yang dikarenakan banyaknya permintaan kebutuhan manusia yang tidak ada habisnya (Fadri, 2010).

Adanya peraturan hukum yang dibuat sebagaimana dimaksud untuk menimbulkan persaingan usaha yang bersih dan sehat. Dalam membuat suatu persaingan usaha yang sehat dan bersih serta menciptakan persaingan usaha yang efisiensi serta juga yang demokrasi penulis menyarankan dalam menerbitkan persaingan efisiensi dan juga demokrasi pada suatu bidang ekonomi agar bisa dipantau secara teratur dan dilakukan dengan perhitungan yang sangat sistematis agar tetap berpacu pada peraturan yang terkait (Sukarmini & Idrus, 2020).

Berdasarkan ketentuan Pasal 20 UU Praktik larangan monopoli dan persaingan tidak sehat selanjutnya disebut UU Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU Anti Monopoli), bahwa *Predatory Pricing* tidak selalu dilarang, akan tetapi harus dibuktikan bahwa *Predatory Pricing* itu bisa menyebabkan suatu persaingan usaha yang sangat tidak sehat. Dalam hal permasalahan yang dirumuskan dalam Pasal 20 bahwa UU ini menjelaskan bahwa UU ini berlaku jika penetapan suatu harga barang di bawah rata-rata harga pasar sebagaimana bisa menimbulkan pelaku usaha yang lainnya akan mati serta mengakibatkan suatu persaingan atau kegiatan usaha yang tidak sehat, maka dari itu larangan ini akan bersifat mendukung maupun menghambat persaingan, hal ini yang mengakibatkan keaburan norma, karena kejelasan mengenai kualifikasi kegiatan *Predatory Pricing* ini masih samar-samar yang menjadikan suatu persaingan usaha yang tidak sehat.

Efisiensi transaksi bisnis yang sebagaimana sering diberikan dari layanan *E-commerce* menjadikan permasalahan persaingan usaha tidak sehat (Putra, 2014). Dikarenakan banyaknya layanan *E-commerce* untuk menawarkan produknya dengan melalui berbagai cara diantaranya menawarkan promo-promo yang semenarik mungkin sehingga mengakibatkan konsumen atau masyarakat meningkatkan kemampuannya untuk berbelanja dengan layanan *E-commerce* mereka masing-masing, promo yang dimaksud tersebut berupa diskon-diskon yang menarik dengan jangka waktu cepat dan tertentu saja, promo tersebut sering disebut sebagai *flash sale*. *E-commerce* dalam melakukan diskon atau *flash sale* biasanya menawarkan diskon yang sangat besar pada produk yang ditawarkan, harga tersebut bisa mencapai Rp. 999.- yang dimana harga tersebut berbeda jauh dengan harga di pasaran yang seharusnya di pasaran. Para pelaku usaha sering melakukan hal ini dikarenakan mempunyai modal yang kecil sehingga menyusahkan mereka untuk bisa masuk ke pasar-pasar dunia yang sama, ini bisa memberikan indikasi terhadap pelaku usaha untuk adanya jual rugi atau juga *Predatory Pricing* dimana bisa menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat.

Akibat dari suatu perbuatan *predatory pricing* atau penetapan harga yang sangat rendah di pasaran akan sangat menguntungkan konsumen dikarenakan konsumen bisa membeli barang atau jasa dengan menekan harga sehingga dapat mendapatkan harga minimum dalam waktu yang sangat singkat, akan tetapi pelaku usaha yang berhasil melakukan *predatory pricing* dalam jangka waktu yang lama maka pelaku usaha berhasil mengendalikan pasar maka harga suatu barang atau jasa cenderung naik melebihi harga normal, namun lain dari hal itu *predatory pricing* bisa membuat pelaku usaha itu sendiri rugi dikarenakan persaingan yang sangat ketat dalam menentukan harga sehingga pelaku usaha tersebut tidak dapat bersaing (Lubis, 2017).

Dari permasalahan yang telah diuraikan di, penelitian ini fokus pada kajian pengaturan *flash sale* pada aplikasi *E-commerce* yang di indikasikan sebagai *Predatory Pricing* dan bagaimanakah penegakan hukum pada pelaku *predatory pricing* yang melakukan *flash sale* pada aplikasi *E-Commerce*.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif dengan meneliti bahan pustaka, bahan hukum sekunder, atau penelitian hukum kepustakaan (Soekanto, 2007). Dalam metode penelitian ini peneliti mengkaji dari aspek keaburan norma mengenai *predatory pricing* dalam Undang-undang persaingan usaha tidak sehat yang mana objek penelitiannya adalah norma hukum dan asas-asas hukum. Bahan hukum merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk menentukan berhasil tidaknya penulisan karya ilmiah ini. Bahan hukum dalam penelitian memiliki dua jenis yaitu bahan hukum primer, dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer, seperti: UUD NRI 1945, KUHP, UU Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, UU Informasi dan Transaksi Elektronik, UU Perdagangan, Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 tentang jual rugi atau *Predatory Pricing*. Bahan hukum sekunder

memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder terdiri dari buku-buku yang ditulis oleh para ahli hukum yang di dalamnya memuat prinsip-prinsip dasar ilmu hukum dan pandangan-pandangan para sarjana hukum. Selain buku-buku bahan hukum lainnya juga dapat berupa tulisan-tulisan atau jurnal. Bahan hukum sekunder seperti: buku dan jurnal terkait indikasi *Predatory Pricing* perspektif hukum persaingan usaha. Penelitian ini dalam pengumpulan bahan hukum primer, maupun bahan hukum sekunder, dilakukan dengan teknik pengumpulan data kepustakaan atau *library research* yang berkaitan dengan dengan praktek *flash sale* sebagai indikasi *Predatory Pricing* pada aplikasi *E-commerce*. Pada penelitian ini analisis bahan hukum dilakukan dengan cara mengkritik, mendukung, atau memberi pendapat, kemudian membuat kesimpulan terhadap penelitian dengan bantuan dari kajian pustaka. Metode dari penelitian ini yaitu penelitian hukum normatif yang beracuan pada metode perspektif yaitu analisis yang memberikan penilaian tentang objek yang diteliti apakah objek tersebut benar atau salah atau apa yang seharusnya sesuai dengan hukum yang berlaku.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Pengaturan Flash Sale pada Aplikasi E-commerce yang di Indikasikan Sebagai Predatory Pricing*

Berdasarkan teori hukum murni Hans Kelsen menyatakan kepastian hukum berdasarkan hirarki sistem norma. Pada dasarnya badan peradilan menetapkan norma hukum individual, dan badan atau pejabat administrasi, kepastiannya berdasar pada norma-norma umum, yakni hukum kebiasaan atau *customary law*, dan undang-undang merupakan norma yang lebih tinggi, kedua norma tersebut merupakan norma yang mengacu pada hukum positif teratas didalam suatu sistem hukum yang ada pada negara, yang kepastiannya berdasar pada norma dasar (*grundnorm*) (Atmadja & Budiarta, 2018).

Mekanisme pemberlakuan harga dalam fenomena persaingan usaha yang tidak sehat di Indonesia dapat dilihat di berbagai kegiatan ekonomi industri, adapun dampak persaingan atau terbukanya pasar yang kompetitif dengan membiarkan pelaku usaha menawarkan harga terendah tanpa mempertimbangkan kemampuan perusahaan, hal ini akan berakibat pada matinya usaha itu sendiri. Untuk menghindari hal tersebut pelaku usaha di Indonesia dalam bersaing haruslah memperhatikan asas-asas demokrasi ekonomi yang mana telah tercantum pada Pasal 33 UUD NRI 1945 dengan menjamin keseimbangan antara kepentingan praktisi ekonomi dengan kepentingan publik. Oleh karena itu, pada pasal tersebut sebagai dasar dari pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatan usaha jasa maupun barang dengan mengacu pada syarat asas demokrasi ekonomi sebagai dasarnya.. Bagi pelaku usaha yang melakukan persaingan usaha tidak sehat dengan memasok barang atau jasa dengan cara jual rugi serta memberikan harga yang tidak sesuai di pasaran hingga dapat merusak harga pasar serta bermaksud untuk saling menjatuhkan usaha pesaing dalam pasar sehingga mengakibatkan adanya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, maka KPPU memberlakukan pasal larangan jual rugi yang tercantum pada Pasal 20 UU persaingan usaha tidak sehat, yang ditujukan pada pelaku usaha yang bersangkutan. Berdasarkan Pasal 47 UU Persaingan Usaha Tidak Sehat, di dalam pasal tersebut KPPU juga berhak dalam menetapkan sanksi administratif kepada pengusaha atau pedagang yang melanggar ketentuan Pasal 20. Dalam menetapkan sanksi pidana bagi pelaku usaha yang terbukti melanggar Pasal 20 ini secara umum berpegang pada Pasal 10 Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP). Karena setiap penetapan sanksi pada Undang-undang mana pun tidak boleh bertentangan dengan pasal tersebut.

Sebenarnya pedagang melakukan persaingan usaha yang tidak sehat secara implisit sudah diatur dalam KUHP pada Pasal 382 bis, tapi nampaknya pengaturan sanksi dalam KUHP bagi pelaku usaha yang melakukan perbuatan curang sehingga dapat merugikan pelaku usaha pesaing belum tegas dan masih ringan, oleh karenanya untuk memberikan sanksi yang lebih tegas dan berat bagi pelaku usaha yang melakukan perbuatan curang ini secara tersendiri di luar KUHP diatur dalam UU Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal 20 berlaku pada saat kondisi penetapan harga barang atau jasa yang sangat rendah dari rata-rata di pasaran tidak dilakukan berdasarkan perjanjian antara dua belah pihak. Akan tetapi akan dilakukan secara otonom atau inisiatif sendiri oleh satu pedagang. Penetapan harga yang lebih murah dari rata-rata pasaran atau jual rugi dilarang keras yang dimana telah tercantum pada Pasal 20. Ketatnya persaingan usaha di pasaran membuat pelaku usaha berlomba-lomba untuk membuat ide-ide atau variasi pada produk barang atau jasa yang dipasarkan. Persaingan usaha dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersaing atau

memperebutkan pangsa pasar (*market share*) antara pengusaha dan pengusaha lainnya dalam rangka menyediakan barang dan jasa dalam berbagai strategi pemasaran untuk ditujukan kepada konsumen (Kasmir, 2007).

Untuk kelancaran jalannya persaingan usaha memerlukan peraturan perundang-undangan yang membantu untuk mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha sebagai upaya bentuk upaya perlindungan hukum pemerintah menerbitkan UU larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Pada prinsipnya Undang-undang Persaingan Usaha Tidak Sehat ini memiliki dua tujuan, yang pertama bertujuan untuk sektor ekonomi dan yang kedua bertujuan untuk sektor non-ekonomi. Jika tujuan ekonomi, peningkatan perekonomian nasional tercapai, maka tujuan non ekonomi, peningkatan kemakmuran rakyat, juga akan tercapai (Bukido & Bamatraf, 2017).

2. Penegakan Hukum Pelaku Predatory Pricing yang Melakukan Flash Sale

Dalam melakukan transaksi elektronik haruslah berasaskan itikad baik hal ini sesuai dengan Pasal 17 Ayat (2) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Apabila terjadi pelanggaran terhadap penyalahgunaan transaksi elektronik sehingga adanya norma konflik antara UU Informasi serta Transaksi Elektronik dengan KUHP, maka untuk memecahkan masalah tersebut terdapat konflik norma yang berlaku atas *asas preferensi Lex Specialis Derogat Legi Generalis*, ketentuan umum dikesampingkan untuk kepentingan peraturan yang khusus.

Jika dilihat pada ketentuan Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999, dapat diketahui bahwa suatu kegiatan usaha yang telah dilakukan oleh pelaku usaha terbukti melakukan tindakan *predatory pricing*. Ada tiga syarat agar suatu pelaku usaha dapat diindikasikan melangsungkan perbuatan *predatory pricing*, syarat-syarat tersebut antara lain harus membuktikan bahwa pelaku usaha tersebut memasarkan produknya dengan harga rugi (memasarkan di bawah *average variable cost*). Jika terbukti adanya pelaku usaha yang memasarkan barangnya atau jasanya dengan harga yang dianggap merugi, maka berikutnya perlu dibuktikan mengenai mengapa dilakukannya perbuatan jual rugi tersebut. Pelaku usaha hanya bisa dikategorikan menerapkan tindakan *predatory pricing* yang dilarang jika jual rugi tersebut dilangsungkan dalam jangka waktu tertentu, kemudian ia meningkatkan harga secara signifikan pada periode waktu berikutnya. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila pelaku usaha hanya melakukan jual rugi pada periode waktu pertama, kemudian tidak menaikkan harga di atas biaya produksi pada periode waktu berikutnya, maka tindakan tersebut bukanlah perbuatan *predatory pricing*, melainkan hanya sekadar “cuci gudang” atas produk yang bersangkutan.

Dalam skala produksi pelaku usaha di pasar dala, memasok barang dengan penetapan harga rendah tidak dapat dikatakan sebagai penghancur atau mematikan usaha lainnya dengan syarat penjual melakukan kegiatan produksi yang besar. Hal ini disebabkan oleh semakin besar skala produksi maka biaya yang digunakan dalam memproduksi akan semakin rendah sehingga harga yang ditetapkan dapat lebih rendah daripada skala produksi yang lebih kecil.

Mengacu pada Undang-undang Persaingan Usaha Tidak Sehat mengenai sanksi pidana berkaitan dengan tindakan *Predatory Pricing* ini diatur dalam Pasal 48 Ayat (2) yang mengatakan : “Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 5 sampai dengan Pasal 8, Pasal 15, Pasal 20 sampai dengan Pasal 24, dan Pasal 26 Undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan.” Mengenai sanksi pidana tambahan dengan berdasarkan pada ketentuan Pasal 10 Huruf (b) KUHP, terhadap pidana tambahan yang berkaitan dengan Pasal 48 diatas dapat dijatuhkan pidana tambahan dimana ketentuan ini telah diatur pada Pasal 49 Undang-undang Pesaingan.

Undang-undang pidana berdasarkan sifatnya menjadi dua yaitu pertama peraturan hukum pidana dalam UU sendiri dan yang kedua UU pidana “dalam arti sesungguhnya” yaitu UU bertujuan dimaksud sebagai pengaturan hak dalam memberikan sanksi pidana. Dalam hukum pidana menurut UU merupakan peraturan yang dimaksud dengan tujuan untuk memberi sanksi pidana terhadap peraturan mengenai salah satu diabatar bidang yang terletak di luar hukum pidana. Tindakan *Predatory Pricing* ini mengenai sanksi pidana nya diatur secara umum pada Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP) karena peraturan hukum pidana ini diatur dalam undang-undang tersendiri, namun tetap KUHP dijadikan dasar pedoman penentuan sanksinya, dimana ketentuan saksi pidana tersebut diatur dalam Pasal 103 KUHP Buku I, karena kewajiban dalam undang-undang yang

mengatur mengenai sanksi pidana itu harus mengacu pada ketentuan Pasal 103 KUHP, dimana setiap sanksi pidana yang diatur dalam undang-undang tidak boleh menyimpang dengan pasal tersebut. Setelah di cermati di dalam Buku III KUHP tidak mengatur mengenai pelanggaran tindakan *Predatory Pricing* oleh karena itu tindak pidana ini dengan sendirinya berlaku ketentuan dalam UU Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Adapun syarat harga dan diskon bagi penjual yang ingin mengikuti program *flash sale* di salah satu *E-commerce* yaitu harga promo produk saat *flash sale* minimal harus satu persen dari harga produk biasanya, harga produk untuk *Flash Sale* ditetapkan lebih rendah dari akumulasi harga produk saat tiga puluh hari terakhir ditawarkan, harga promo produk untuk *flash sale* harus lebih rendah dari harga di *platform* online yang dimiliki penjual, harga promo produk untuk *Flash Sale* harus lebih rendah dari harga promosi lain yang berlangsung bersamaan, lalu aturan untuk penjual dalam *flash sale* seperti penjual tidak diijinkan merubah harga asli produk saat *flash sale* berlangsung, yang terakhir tidak diizinkan mengubah harga dan foto maupun jenis produk dalam promo *flash sale* dimulai hingga berakhir.

Berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan di atas dapat dilihat ciri-ciri dari penerapan program *flash sale* yang dapat diuraikan sebagai berikut, Program flash sale yang berlaku umumnya dilakukan dalam jangka waktu yang relatif singkat, yakni antara 1 (satu) hingga 3 (tiga) jam yang dibagi atas beberapa sesi dalam kurun waktu 1 (satu) hari. Pada umumnya, waktu yang lazim digunakan dalam menjalankan praktik *flash sale* adalah pada angka tanggal dan angka bulan yang sama, misalnya tanggal 4 bulan April, tanggal 5 bulan Mei, tanggal 6 bulan Juni, dan seterusnya. Praktik *flash sale* tidaklah dilakukan secara berkesinambungan dalam jangka waktu yang lama, namun praktik *flash sale* tersebut hanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu. Sedangkan untuk dapat dikategorikan sebagai perbuatan *Predatory Pricing*, maka program flash sale tidak dibatasi oleh waktu, sepanjang pelaku usaha pesaing belum berhasil disingkirkan dari pasar bersangkutan.

Kedua, jumlah atau kuantitas dari produk yang masuk ke dalam program *flash sale* umumnya sangat dibatasi, begitu pula dengan jumlah pembelian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang turut pula dibatasi. Pada perbuatan *Predatory Pricing*, lazimnya jumlah produk yang dijual adalah tidak terbatas serta konsumen diberikan kebebasan untuk menentukan kuantitas pembelian. Ketiga, program *flash sale* yang berlaku lazimnya hanya diterapkan sebagai media untuk melakukan promosi atas lapak milik pelaku usaha. Program *flash sale* tersebut bukanlah ditujukan untuk melancarkan pemusatan kekuatan ekonomi, melainkan sekadar untuk media promosi guna melakukan ekspansi pemasaran produk; keempat, pelaku usaha yang terlibat pada program *flash sale* lazimnya adalah berbeda-beda dan selalu berubah-ubah. Hal ini mengindikasikan bahwa pihak yang menjalankan program *flash sale* tidak melulu hanya dilakukan oleh satu pelaku usaha yang sama secara terus-menerus; kelima jenis produk yang masuk ke dalam program *flash sale* lazimnya selalu berubah-ubah guna menghindari potensi timbulnya kerusakan harga terhadap suatu jenis produk; keenam tidak seluruh produk yang masuk ke dalam program *flash sale* adalah dijual dengan harga di bawah biaya produksi; ketujuh *E-commerce* sebagai wadah bagi terlaksananya program *flash sale* merupakan suatu *platform* jual beli yang dapat diumpamakan sebagai suatu pasar. *E-commerce* merupakan suatu pasar yang bersifat sempurna, sebab setiap pelaku usaha memiliki keleluasaan untuk masuk atau keluar dari *platform* tersebut. *E-commerce* sebagai pasar yang bersifat sempurna mampu menciptakan persaingan usaha yang kompetitif sebab melibatkan banyak penjual, banyak pembeli, serta tidak ada pembatasan mengenai penjualan produk sejenis. Dengan sifat “pasar sempurna” yang dimiliki oleh *platform E-commerce*, maka perbuatan *Predatory Pricing* tersebut tentu tidak dimungkinkan untuk dilangsungkan.

Apabila mengacu pada unsur dari perbuatan *Predatory Pricing*, maka terdapat beberapa unsur yang tidak terpenuhi, diantaranya berupa unsur dengan maksud, menyingkirkan atau mematikan, praktik monopoli, serta persaingan usaha tidak sehat.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Sesuai dalam pembahasan pada pokok permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka dari dapat disimpulkan bahwa pengaturan *flash sale* pada aplikasi *E-commerce* yang di indikasikan sebagai *Predatory Pricing* diatur dalam Pasal 20 UU Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Mengenai unsur-unsur dari pada *Predatory Pricing* diatur dalam PERKOM KPPU No. 6

Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 UU Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Jual Rugi (*Predatory Pricing*). Sanksi yang dapat dijatuhkan pada pelaku usaha yaitu ada 3 sanksi administratif (Pasal 47), pidana pokok (Pasal 48), pidana tambahan (Pasal 49). Jika ketentuan dan unsur-unsur dari tindakan *Predatory Pricing* yang dikaitkan dengan program *flash sale* pada *E-commerce* di Indonesia, maka dapat disimpulkan bahwa promo *flash sale* tersebut tidak dapat dikategorikan ke dalam perbuatan *Predatory Pricing*, hal tersebut terkait dengan 7 ciri yang terlihat dalam

2. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan di atas dapat diambil saran sebagai berikut, bagi masyarakat agar tidak mudah tertarik dengan promo-promo yang ditawarkan pada *E-commerce* yang bisa memberi dampak buruk untuk waktu kedepannya, serta utamanya bagi para pelaku usaha agar memperhatikan kode etik bersaing dan periklanan untuk cermat lagi memahami pangsa pasar dan strategi promosi yang tepat untuk bisa bersaing secara sehat dalam suatu pasar yang sama agar tidak merugikan usaha sendiri dan usaha pesaing di kemudian hari. Bagi pemerintah mengingat kriteria pelaku *Predatory Pricing* ini belum diatur dan dijelaskan secara tegas dan jelas serta tersirat dalam undang-undang perlunya dilakukan pengkajian terhadap aturan-aturan yang sudah dibuat terkait dengan *Predatory Pricing* agar tidak ada kekaburan norma dalam hal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmadja, I. D. G., & Budiarta, I. N. P. (2018). *Teori-teori Hukum*. Malang. Setara Press.
- Bukido, R., & Bamatraf, L. F. (2017). Undang-Undang Anti Monopoli Indonesia: Peranan dan Fungsinya di dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Al-Syrah*, 15(1).
- Dhaniswara, H. (2006). *Pemahaman Hukum Bisnis Bagi Pengusaha*. RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Fadri, I. (2010). Kebijakan Kriminal Penanggulangan Tindak Pidana Ekonomi. *Jurnal Hukum*, 3(17), 430–455.
- Kasmir. (2007). *Dasar-dasar Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Lubis, A. F. (2017). *Hukum Persaingan Usaha*. Creative Media: Jakarta.
- Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 4(2), 287–309.
- Sari, S. W. (2016). Perkembangan dan Pemikiran Uang dari Masa ke Masa. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 39–58.
- Soekanto, S. (2007). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sukarmini, W., & Idrus, N. S. (2020). Perkara Persaingan Usaha oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). *Jurnal Yuridis*, 7(1), 47–81.