

**PRAKTIK *PREDATORY PRICING* DALAM SEKTOR *E-COMMERCE*: TINJAUAN
TERHADAP UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999**

Tri Oktaviani

Universitas Mulawarman
E-mail: tri.oktavianivn@gmail.com

Deny Slamet Pribadi

Universitas Mulawarman

Setiyo Utomo

Universitas Mulawarman

Abstrak

Perkembangan bisnis digital dan teknologi telah mengubah praktik ekonomi konvensional menjadi digital melalui *e-commerce*. *E-commerce* kini dikuasai perusahaan bermodal besar yang sering menggunakan strategi *predatory pricing* atau jual rugi di bawah harga produksi untuk mempertahankan dominasi pasar. Praktik ini sulit diidentifikasi karena kurangnya bukti yang memadai, namun harus diawasi dan diatasi melalui tindakan hukum yang efektif. Penelitian ini menggunakan metode sosio-legal dengan data primer dari wawancara dan data sekunder dari peraturan, buku, jurnal, dan kamus hukum. Indikasi *predatory pricing* meliputi penjualan di bawah harga pokok produksi, keluarnya pesaing dari pasar, dan kenaikan harga setelahnya. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) memiliki peran penting dalam menegakkan hukum persaingan usaha, namun masih menghadapi tantangan dalam pembuktian dan interpretasi hukum di ranah digital.

Kata Kunci: *E-commerce; Pengawasan Hukum; Predatory Pricing*

Abstract

The rise of digital business and technological advancement has shifted conventional economic practices to digital platforms, with e-commerce often dominated by companies using strategies like predatory pricing to maintain market control. Such practices, including flash sales and free shipping, are challenging to regulate due to difficulties in gathering sufficient evidence. This study employs a socio-legal research method, with data from interviews and legal materials, identifying three key indicators of predatory pricing: sales below production cost, competitor exit, and subsequent price increases. Although Indonesia's Business Competition Supervisory Commission (KPPU) enforces competition laws, evidence challenges and legal interpretation complexities remain. Policy reform and capacity-building efforts are essential for effective oversight in this evolving digital landscape.

Keywords: *E-commerce; Legal Supervision; Predatory Pricing.*

I. PENDAHULUAN

E-commerce di Indonesia didominasi oleh beberapa platform besar yang memiliki sumber daya yang kuat. Dalam upaya untuk mempertahankan dominasi pasar, praktik *predatory pricing* seringkali muncul sebagai strategi persaingan yang tidak sehat. Secara

garis besar, praktik *predatory pricing* bertujuan untuk menghancurkan pesaing di pasar yang sama dengan menggunakan jual rugi sebagai penghalang masuk, guna mendapatkan keuntungan besar di masa depan, menutup kerugian di masa lalu, dan menggunakan harga promosi sebagai strategi

pemasaran untuk mempromosikan produk baru. Sehingga dapat diartikan bahwa *predatory pricing* (jual rugi) adalah cara untuk menyingkirkan pesaing dengan menetapkan harga di bawah biaya produksi.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah mencoba mengatasi masalah ini melalui Pasal 20 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha dalam ketentuan tersebut 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 dipasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Salah satu dugaan praktik *predatory pricing* di Indonesia dalam sektor *e-commerce* dapat dicontohkan melalui praktik *flash sale* dan gratis ongkos kirim (ongkir) yang dilakukan oleh banyak pelaku usaha pada platform *electronic marketplace* di Indonesia. Saat ini pelaku usaha berlomba-lomba untuk memberikan harga barang dan jasa termurah bahkan terkadang dibawah biaya produksi. Dengan adanya potongan harga tersebut, konsumen tentu lebih memilih *electronic marketplace* yang menyediakan lebih banyak pilihan harga murah dibandingkan *electronic marketplace* lain yang tidak menyediakan pilihan *flash sale* dan gratis ongkir.

Dampaknya dapat menciptakan ketidakseimbangan persaingan dan mengakibatkan kerugian pada *marketplace* lain yang tidak mampu bersaing dengan strategi serupa.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *socio-legal* yang menggabungkan analisis aturan hukum dengan faktor sosial untuk memahami permasalahan di lapangan. Fokusnya adalah menelaah norma dan aturan hukum, kemudian menerapkannya dalam konteks sistem peradilan. Tujuan penelitian ini adalah menemukan konsep dan argumentasi hukum yang berguna dalam penyelesaian masalah hukum, khususnya terkait pengawasan praktik *predatory pricing* dalam sektor *e-commerce* oleh KPPU. Pendekatan ini tetap mempertimbangkan analisis *doctrinal*, karena untuk mengawasi *predatory pricing* diperlukan kajian mendalam terhadap norma hukum, teori hukum, serta aturan perundang-undangan yang relevan.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Indikator Penentuan Praktik Predatory Pricing pada Sektor E-commerce

Predatory pricing dalam lingkup *e-commerce* sendiri dapat diindikasikan terjadi dalam sebuah praktik ketika perusahaan *e-commerce* menjual produk dengan harga yang sangat rendah, melakukan diskon besar-

besaran, program *flash sale* bulanan yang menyediakan banyak produk mewah dengan dalih hadiah, hingga program diskon ongkos kirim sampai dengan 100%, sehingga pesaingnya mengalami kerugian dan akhirnya keluar dari pasar bersangkutan. Dalam dunia bisnis, harga sangat penting.

Oleh karena itu, menetapkan jual rugi atau harga yang sangat rendah bertentangan dengan prinsip persaingan yang sehat. Dalam beberapa kasus, praktik ini dapat terjadi pada *e-commerce* yang memiliki sumber daya berupa modal yang besar dan efisien, sehingga mereka dapat menjual barang dengan harga rendah ataupun menyediakan diskon besar untuk mematikan pesaingnya atau pelaku usaha lain.

Hal ini juga sesuai dengan pendapat Areeda dan Turner bahwa, pelaku usaha harus memiliki pangsa pasar yang besar untuk melakukan jual rugi dengan sukses. Apabila perusahaan menurunkan harga jual barangnya pada level dimana pesaing atau pelaku usaha lain akan mati, maka mereka (perusahaan) akan meningkatkan produksi, yang berarti mereka juga akan mengalami kerugian yang lebih besar. Oleh karenanya, perusahaan kecil dianggap tidak mungkin melakukan perilaku jual rugi atau *predatory pricing* karena

perusahaan besarpun tetap akan mengalami kerugian saat melakukan praktik ini.¹

Secara sederhana untuk dapat mengidentifikasi apakah telah terjadi praktik *predatory pricing* dapat dilihat dari 3 variabel yang harus ada dalam satu perilaku². *Pertama*, dijual dibawah harga pokok produksi dimana Perusahaan atau pelaku usaha menjual suatu produk atau jasa dengan harga yang lebih rendah daripada biaya total yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut. Contohnya seperti dalam kasus praktik *predatory pricing* dalam pasar konvensional yang dilakukan oleh PT Conch South Kalimantan Cement, mereka menjual produk semen PCC dengan harga Rp 58.000 per sak 50 Kg, dimana Semen Gresik sebagai pelaku usaha pesaing menjual dengan harga Rp 60.000 hingga Rp 65.000, hal ini terus dilakukan sejak tahun 2015 hingga tahun 2019³. *Kedua*, pelaku usaha lain keluar dari pasar bersangkutan dimana hal ini dapat terjadi ketika perusahaan/pelaku usaha tidak lagi mampu bersaing dengan pelaku usaha lain dalam pasar bersangkutan dan memutuskan untuk menghentikan kegiatan usahanya atau mengalihkan fokus ke pasar lain. Contohnya seperti dalam kasus PT Conch South Kalimantan Cement, yang melakukan praktik *predatory pricing* tersebut sejak tahun 2015

¹ Arifin Fahmi Lubis, at all., 2017, Hukum Persaingan Usaha, hlm. 188

² Wawancara dengan Yunan Andika Putra, selaku Kepala Bidang Penegakan Hukum KPPU Wilayah V, pada hari Senin tanggal 27 Mei 2024, pukul 10.00 WITA.

³ Hukum Online. Terbukti Monopoli Perusahaan Semen Ini di Denda KPPU Rp22 Miliar. Tersedia di: <https://www.hukumonline.com/berita/a/terbukti-monopoli-perusahaan-semen-ini-didenda-kppu-rp22-miliar-lt60054c1973109/> diakses pada tanggal 3 Juli 2024 pukul 00:08 WITA.

hingga 2019 menyebabkan meningkatnya pangsa pasar semen PCC merek Conch, dan membuat 5 (lima) perusahaan pesaing keluar dari pasar bersangkutan.

Lima perusahaan yang dimaksud dalam kasus ini adalah PT Cemindo Gemilang (Semen Merah Putih) keluar dari pasar semen Kalimantan Selatan pada tahun 2016, PT Semen Bosowa Maros (Semen Bosowa) keluar pada tahun 2019, PT Solusi Bangun Indonesia (Semen Holcim) keluar dari pasar bersangkutan pada tahun 2020, PT Jui Shin Indonesia berada dalam pasar semen Kalimantan Selatan hanya pada tahun 2015 hingga 2017 saja, dan PT Semen Jawa yang hanya mampu bertahan sejak tahun 2016 hingga 2017 saja⁴. *Ketiga*, pelaku usaha yang bertahan dan menjadi dominan menaikkan harga diatas harga wajar, contohnya, setelah pelaku usaha pesaing keluar dari pasar bersangkutan dan PT Conch South Kalimantan Cement menjadi dominan dengan konsumen terbanyak maka PT Conch South Kalimantan Cement dapat sewaktu-waktu menaikkan harga jual semennya mereka menaikkan guna menutupi kerugian atas penjualan semen periode 2015 hingga 2019. PT Conch South Kalimantan Cement melakukan kenaikan harga semen PCC nya sejak tahun 2018, kemudian pada tahun 2019 PT Conch mengalami keuntungan seiring dengan kenaikan harga semen.

Praktik *predatory pricing* dalam sektor *e-commerce* tidak semata-mata saja terjadi, *predatory pricing* dapat terjadi tentunya karena banyak hal yang mempengaruhinya, praktik *predatory pricing* yang terjadi dalam sektor *e-commerce* setidaknya dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, yaitu: *pertama*, faktor kekuatan modal dan dominasi perusahaan Modal menjadi salah satu faktor utama terjadinya *predatory pricing*, hal ini dapat terjadi karena hanya perusahaan atau pelaku usaha yang memiliki modal besarlah yang mampu menurunkan harga secara drastis bahkan dibawah Harga Pokok Produksi (HPP) dalam jangka waktu yang lama. Modal yang besar inipun juga mampu menutupi kerugian sementara yang mereka alami. Seperti pendapat Areeda dan Turner yang berpendapat bahwa hanya pelaku usaha yang memiliki modal besar saja yang mampu melakukan praktik *predatory pricing*⁵. *Kedua*, adanya suatu inovasi yang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi berlangsungnya praktik *predatory pricing* dalam sektor *e-commerce*. Inovasi yang dimaksud seperti pelaku usaha mampu menciptakan produk ataupun layanan yang lebih baik. Inovasi akan menciptakan efisiensi dan efisiensi akan memotong *cost* atau biaya sehingga mereka dapat menjual produk dengan harga lebih murah. *Ketiga*, *data centric* dimana salah satu faktor pendukung terjadinya

⁴ Wahyu Buana Putra, Teddy Prima Anggriawan, dan Aldira Mara Ditta, Akibat Hukum Praktik Jual Rugi Semen Conch Dalam Persaingan Usaha Industri Semen

di Indonesia, Jurnal Hukum Politik dan Ilmu Sosial, Vol. 2, No. 3, September 2023, hlm. 82.

⁵ Arifin Fahmi Lubis, Loc.cit

predatory pricing lainnya adalah karena pelaku usaha berfokus pada data yang memiliki kemampuan untuk menganalisis perilaku konsumen, tren pasar, dan pola kompetisi. Dengan memanfaatkan hal ini, pelaku usaha dapat melihat segmentasi pasar lebih akurat dan mampu menyesuaikan strategi harga mereka untuk menarik konsumen dari pelaku usaha lain (pesaing)⁶.

Ketiga faktor ini saling berkaitan dan mempengaruhi terjadinya praktik *predatory pricing* dalam sektor *e-commerce*, yang pada akhirnya dapat merugikan konsumen dan menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dimana diatur dalam Pasal 20 bahwa pelaku usaha dilarang untuk melakukan pemasokan barang dengan cara melakukan jual rugi atau *predatory pricing* dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan. Dimana selanjutnya berdasarkan Pasal 47 Undang-Undang Monopoli diatur bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam undang-undang ini akan dikenai tindakan administratif berupa denda paling sedikit Rp 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).

3.2 Akibat Hukum Praktik Predatory Pricing pada Sektor E-commerce di Indonesia

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pelaku usaha yang telah terbukti melanggar dan melakukan praktik *predatory pricing* dapat dikenakan sanksi administratif berupa penghentian kegiatan usaha dan pengenaan denda. Hal ini berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Pasal 47 ayat (2) huruf c, f dan g yang berbunyi: “*Tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa: c. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli, menyebabkan persaingan usaha tidak sehat, dan/atau merugikan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17...Pasal 20..., f. penetapan pembayaran ganti rugi, dan/atau, g. penetapan denda paling sedikit Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah)*”.

Sebelumnya, Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memiliki sanksi pidana pokok dan pidana tambahan didalamnya. Namun sejak Senin, 2 November 2020 ketentuan terkait pidana pokok pada Pasal 48 ayat (1) dan (2) dan pidana tambahan Pasal 49 dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah dihapus berdasarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2021. Perubahan ini dinilai sebagai cara untuk

⁶ Vicky Darmawan A.P dan Ditha Wiradiputra, *Predatory Pricing dalam E-commerce Menurut*

Perspektif Hukum Persaingan Usaha, Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, Vol. 6, No. 3, Juli 2022, hlm. 9850.

meningkatkan efisiensi dan keefektifan dalam pemberantasan praktik persaingan usaha yang tidak sehat, serta memberikan kesempatan yang lebih luas bagi pelaku usaha untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan pemasaran barang/jasa di Indonesia.

Sehingga saat ini sanksi yang ada dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 hanyalah sanksi administratif berupa denda dan penghentian kegiatan usaha. Untuk pidana pokok yang hingga saat ini masih ada hanyalah ketentuan Pasal 48 ayat (3) yang berbunyi: “Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 41 Undang-Undang ini dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp 5.000.000.000,- (lima miliar rupiah) atau pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun sebagai pengganti pidana denda”.

Ketentuan dalam Pasal 41 yang dimaksud adalah mengenai pelaku usaha yang menolak untuk diperiksa, menolak untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam penyelidikan, atau menghambat proses penyelidikan dan pemeriksaan, dalam hal ini Komisi akan menyerahkan kepada penyidik kepolisian untuk dilakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

mengatur mengenai kriteria, jenis, besaran denda dan tata cara pengenaan sanksi. Pasal 12 ayat (1) dan (2) Peraturan ini berisi bahwa tindakan berupa denda diatur paling banyak sebesar 50% (lima puluh persen) dari laba bersih yang diperoleh pelaku usaha pada pasar bersangkutan selama kurun waktu terjadinya praktik *predatory pricing*, atau paling banyak sebesar 10% (sepuluh persen) dari total penjualan pada pasar bersangkutan selama terjadi pelanggaran. Sebagai jaminan pelaksanaan atas putusan yang telah ditetapkan oleh Komisi terlapor wajib menyerahkan jaminan bank yang cukup, paling banyak 20% (dua puluh persen) dari nilai denda, dan ini diserahkan paling lama 14 (empat belas) hari kerja setelah diberitahukan terkait putusan Komisi⁷. Kemudian, besaran denda yang tercantum dalam putusan Komisi yang telah berkekuatan hukum tetap dan mengikat termasuk kedalam piutang negara dan harus disetor ke kas negara sebagai penerimaan negara bukan pajak⁸.

Apabila terlapor tidak melaksanakan putusan Komisi dalam hal ini membayar denda maka Komisi akan berkoordinasi dengan instansi pemerintah yang berwenang dalam bidang piutang negara dan/atau aparat penegak hukum⁹.

⁷ Pasal 12 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

⁸ Pasal 13 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

⁹ Pasal 13 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Predatory pricing yang dilakukan dalam sektor *e-commerce* seperti praktik flash sale maupun gratis ongkos kirim (ongkir) tentunya memiliki dampak signifikan terhadap konsumen. Harga yang sangat murah, ditambah ongkos kirim yang telah disubsidi oleh penyedia *layanan electronic marketplace*, tentu membuat konsumen diuntungkan. Konsumen cenderung ketika melihat harga suatu barang lebih murah daripada biasanya akan mengambil keputusan impulsif yaitu dengan membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu mereka butuhkan¹⁰.

Dalam upaya pengawasan praktik *predatory pricing* pada sektor *e-commerce* Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) berupaya untuk selalu melakukan advokasi maupun sosialisasi secara media elektronik maupun pertemuan yang diselenggarakan atau melalui forum diskusi.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha menyadari bahwa penegakan hukum dan proses pengawasan yang dilakukan oleh mereka belum begitu efektif karena terbatasnya sumber daya, hal ini karena KPPU hanya memiliki 7 (tujuh) kantor wilayah yang berada di Kota Medan, Lampung, Bandung, Surabaya, Samarinda, Makassar dan Yogyakarta. KPPU telah mencoba melakukan pencegahan dengan cara memberikan contoh, misalnya ketika ada putusan komisi maka KPPU akan menyebarluaskan ke masyarakat

dengan harapan agar tidak akan terjadi kembali di masa depan.

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha pun dinilai telah usang dan tidak relevan lagi karena tentunya pada jaman dimana undang-undang tersebut dibuat, tidak ada gambaran mengenai apa itu *e-commerce*. Undang-undang ini pun sudah 25 (dua puluh lima) tahun lamanya dan tentunya mulai sulit untuk mengikuti perkembangan praktik bisnis saat ini.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sendiri telah mencoba melakukan beberapa kali mengajukan amandemen, dimulai pada tahun 2005 namun gagal, 2008 gagal, 2016 kembali gagal, pada tahun 2018 sempat masuk kedalam Daftar Inventaris Masalah (DIM) namun tidak ada kesepakatan antara pemerintah dengan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

Hingga saat ini KPPU masih melakukan upaya persuasif seperti memanggil pelaku usaha dengan pendampingan kepolisian, menyerahkan surat pemanggilan didampingi kepolisian, namun ketika pelaku usaha tidak kooperatif untuk memberikan data atau alat bukti sebagaimana diatur dalam Pasal 41 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999, pelaku usaha yang tidak kooperatif oleh KPPU akan diserahkan kepada penyidik untuk dapat dilakukan penindakan secara pidana karena

¹⁰ Elmira Djafarova, Tamar Bowes, Instagram Made Me Buy It: Generation Z Impulse Purchases In

Fashion Industry, Journal of Retailing and Consumer Services, 2021.

tidak patuh terhadap peraturan undang-undang.

Sehingga menurut Komisi Pengawas Persaingan Usaha ada 2 (dua) upaya yang dapat dilakukan:

1. Kejelasan Kelembagaan

Dimana peran dan tanggung jawab Komisi dalam menjalankan tugas dan fungsinya harus jelas dan konsisten agar Komisi dapat berfungsi secara efektif dan efisien dalam mengawasi persaingan usaha tidak sehat.

2. Bertambahnya Kewenangan

Apabila telah ada kejelasan kelembagaan maka selanjutnya diharapkan Komisi Pengawas Persaingan Usaha memiliki kewenangan lain untuk melakukan upaya paksa atau upaya lain sama seperti penyidik sehingga apabila pada saat melakukan penyelidikan Komisi melihat ada data atau alat bukti atau dokumen yang dapat dijadikan alat bukti yang kuat, maka Komisi dapat melakukan penyitaan dengan upaya paksa.

KPPU berpendapat bahwa mereka seharusnya juga diberikan wewenang untuk melakukan upaya paksa, penggeledahan, penyadapan sama seperti penyidik. Namun saat ini KPPU merupakan lembaga pengawas pelaksana undang-undang bukan sebagai penegak hukum seperti penyidik kepolisian, jaksa ataupun hakim.

Selain itu, Komisi Pengawas Persaingan Usaha juga memiliki Peraturan Komisi Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2022 tentang Program Kepatuhan Persaingan

Usaha, dimana dalam peraturan tersebut pelaku usaha didorong untuk membuat peraturan dalam lingkup perusahaan masing-masing yang pro terhadap persaingan usaha bahkan diharapkan hingga kode etik perusahaan terdapat hal terkait larangan melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sehingga secara tegas akan ada internalisasi di dalam perusahaan untuk patuh terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

IV. KESIMPULAN

Praktik *predatory pricing* dalam sektor *e-commerce* merupakan ancaman serius terhadap persaingan usaha yang sehat. Praktik ini dilakukan melalui penetapan harga di bawah biaya produksi yang bertujuan untuk mengeluarkan pesaing dari pasar, seperti melalui promosi *flash sale* dan diskon ongkos kirim besar-besaran. Faktor utama yang memengaruhi praktik *predatory pricing* meliputi kekuatan modal besar, inovasi, dan kemampuan analisis data konsumen. Dalam konteks hukum, *predatory pricing* dianggap melanggar Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) berperan penting dalam mengawasi praktik ini, namun menghadapi tantangan dalam pembuktian dan penegakan hukum di ranah digital yang semakin kompleks..

DAFTAR PUSTAKA**1. Buku**

Lubis, Arifin Fahmi; Anggraini, Anna Maria; Kagramanto, L. Budi; Sirait, Ningrum Natasya; Prananingtyas, Paramita; Sukarmi; Maarif, Syamsul; Silalahi, Udin, 2017. *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

2. Peraturan Perundangan

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33).

Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 54).

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2022 tentang Program Kepatuhan Persaingan Usaha.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2023 tentang Tata Cara

Penanganan Perkara Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

3. Jurnal

Darmawan Vicky A.P dan Ditha Wiradiputra, 2022, Predatory Pricing dalam E-commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol. 6, No. 3

Djafarova, Elmira, dan Bowes Tamar, 2021. Instagram Made Me Buy It: Generation Z Impluse Purchases In Fashion Industry, *Journal of Retailing and Consumer Services*, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102345>

Putra, Wahyu Buana, Anggriawan, Teddy Prima dan Ditta, Aldira Mara. 2023, Akibat Hukum Praktik Jual Rugi Semen Conch dalam Persaingan Usaha Industri Semen di Indonesia, *Jurnal Hukum Politik dan Ilmu Sosial*, Vol. 2, No. 3.

4. Website

<https://www.hukumonline.com/berita/a/terbuk-ti-monopoli--perusahaan-semen-ini-didenda-kppu-rp22-miliarlt60054c1973109/> on July 2024