

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan merupakan hal yang tidak dapat dihindari dalam dunia bisnis yang tidak jarang pula menyebabkan iklim persaingan yang tidak sehat. Terlebih lagi, di zaman serba modern dan kemudahan teknologi ini para pelaku usaha lebih dipermudah dalam menjalankan usahanya melalui transaksi online pada *e-commerce*. Dimulai dari masa pandemi Covid-19 yang lalu, transaksi jual-beli pada *e-commerce* di Indonesia meningkat. Pelaku usaha cenderung memiliki keinginan untuk mendapatkan kekuatan untuk menguasai dan mengendalikan pasar. Segala cara kerap digunakan dalam menciptakan situasi tersebut termasuk cara – cara yang dapat merugikan pesaingnya. Istilah “pelaku usaha” diatur dalam Pasal 1 huruf e Undang - Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mendefinisikan bahwa 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 dalam wilayah hukum negara RI, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.¹

Termasuk di dalam pelaku usaha terdapat pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang menjadi sasaran empuk untuk dirugikan atau bahkan dihancurkan karena praktik persaingan usaha tidak sehat. UMKM diatur dalam Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagai usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang

¹ Pasal 1 huruf e Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

memenuhi kriteria Usaha Kecil. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.²

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.³ Menurut Pasal 33 ayat (4) UUD NRI 1945 menyatakan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.⁴ Oleh karena itu, UMKM dalam sistem perekonomian nasional memiliki peran yang sangat penting dan strategis karena memiliki potensi besar dalam penyerapan tenaga kerja serta kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. UMKM mampu membuat perekonomian Indonesia menjadi stabil dan dinamis. Indonesia sebagai negara berkembang tentunya perlu memperhatikan perkembangan dan pertumbuhan UMKM karena kebermanfaatannya yang berpengaruh besar bagi negara.

Berdasarkan pernyataan Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) sebesar 30 juta usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mengalami kebangkrutan akibat pandemi Covid-19.⁵ Dalam dunia usaha tentunya akan terjadi ketidakseimbangan pasar yang diakibatkan oleh strategi persaingan yang tidak sehat. Salah satu praktek strategi persaingan usaha tidak sehat yang digunakan pelaku usaha ialah strategi *predatory pricing*. Menurut Organization for Economic Co-Operation and

² Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

³ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

⁴ Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

⁵<https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/32556/t/30Juta+UMKM+Bangkrut%2C+Kemenkop+UKM+Diminta+Lakukan+Pedataan+dan+Evaluasi> diakses pada tanggal 10 Januari 2023 pukul 20.38 WIB

Development (OECD), *predatory pricing* merupakan strategi perusahaan menetapkan harga sangat rendah (dibawah harga pasar) dalam jangka waktu tertentu.⁶ Pada tahun 2021 yang lalu, Menteri Perdagangan menceritakan awal mula maraknya strategi *predatory pricing* terjadi ketika seorang pedagang hijab di Indonesia bernama Pak Iyus asal Bandung yang membangun konveksinya sendiri. Usaha hijab yang ia bangun berkembang pesat hingga mampu mepekerjakan 3.000 orang dengan gaji yang keseluruhannya mencapai USD 650 atau setara dengan Rp10miliar. Ternyata data ini terekam oleh salah satu *e-commerce* dari luar negeri yaitu China yang kemudian kurang dari 6 bulan, penjualan hijab di Indonesia sudah dipenuhi dengan hijab import yang dijual jauh lebih rendah dari harga pasar melalui *e-commerce*.

Melansir *Industry Week*, ada beberapa faktor yang menyebabkan barang-barang impor terutama dari China bisa dijual jauh lebih rendah dari harga pasar. “*Cheaper prices are due to a complex, national strategy of China to become the preeminent superpower of the 21st century.*”⁷ Faktor yang mempengaruhi barang dari China lebih murah disebabkan pertama, harga dari material yang biasanya dipesan dengan volume yang tinggi sehingga harganya bisa ditekan sedemikian rendahnya. Kedua, upah pekerja di China yang murah karena sumber daya pekerja yang berlimpah. Ketiga, China memberlakukan peraturan yang lebih sedikit dan tidak memberikan asuransi kepada pekerja sehingga biaya kepatuhan peraturan kesehatan dan keselamatan serta peraturan lingkungan di China lebih murah dari Amerika Serikat. Keempat, perusahaan China yang melakukan ekspor mampu kembali mendapatkan pajak pertambahan nilai (PPN) yang mereka bayarkan sehingga biaya pajak dan bea juga relatif lebih rendah. Selain itu juga pemerintah China memiliki kendali penuh atas perusahaan asing karena mewajibkan untuk memiliki perusahaan mitra China untuk mempertahankan kepemilikan mayoritas. Kemudian faktor terakhir ialah China sebagai negara

⁶<https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/5e9a518358779/praktik-predatory-pricing-di-ojek-online> diakses pada tanggal 10 januari 2023 pukul 21.16 WIB

⁷<https://www.industryweek.com/the-economy/environment/article/21955887/viewpoint-why-is-china-cheaper> diakses pada 18 Januari 2023 pukul 21.46 WIB

neomercantilist memiliki strategi nasional produsen pengeksport produk dibawah harga pasar dalam negeri dengan tujuan untuk mendorong ekspor, menghambat impor dan mengendalikan pergerakan modal yang disebut *dumping*, dan strategi inipun tidak dlarang oleh *World Trade Organization* (WTO). Dalam hal ini Kementerian Perdagangan memiliki kewenangan dalam penyusunan norma, standar, prosedur dan oprimalisasi pengawasan impor sesuai dengan Pasal 18 huruf c Peraturan Presiden Nomor 11 Tahun 2022 tentang Kementerian Perdagangan.⁸

Strategi *predatory pricing* ini dijadikan ajang untuk menarik konsumen, terutama pada masa setelah covid-19 mereda yang mana para pelaku usaha memulai kembali membangun usaha mereka. Strategi ini kerap digunakan oleh perusahaan besar dan dominan untuk menyingkirkan pesaingnya dan mencegah pelaku usaha lain yang memiliki potensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar yang sama. Di Indonesia, kasus *predatory pricing* sudah menjadi bahan perbincangan karena berpengaruh buruk terhadap pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang juga berdampak pada perekonomian negara. Jenis-jenis barang pada *e-commerce* yang banyak terlihat menggunakan praktik *predatory pricing* ini ialah barang-barang dari industri fashion seperti pakaian, sepatu dan aksesoris. Selain itu juga barang-barang perabotan rumah, alat masak, alat kebersihan dan sejenisnya juga banyak menggunakan praktek *predatory pricing*. Pengaturan *predatory pricing* di tingkat undang-undang, seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat belum mengatur mengenai praktik *predatory pricing*. Sementara itu di tingkat peraturan yang lebih teknis, dalam hal ini Kementerian Perdagangan seperti yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2021 tentang Kebijakan dan Pengaturan Impor belum mengatur secara tegas mengenai *predatory pricing* khususnya melalui e-

⁸ Pasal 8 huruf c Peraturan Presiden Nomor 11 Tahun 2022 tentang Kementerian Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 19).

commerce.⁹ Praktik *predatory pricing* yang banyak terjadi di *e-commerce* membuat usaha mikro, kecil, dan menengah tidak mampu bersaing dengan produk asing. Praktik *predatory pricing* merupakan salah satu bentuk dari persaingan usaha tidak sehat pada sektor perdagangan di Indonesia yang pada dasarnya merupakan tanggung jawab Kementerian Perdagangan untuk memperbaiki regulasi yang sudah ada atau bahkan menciptakan regulasi baru untuk mencegah, mengurangi, hingga mengatasi praktik *predatory pricing* di Indonesia. Untuk itu, pada penelitian ini penulis akan membahas mengenai upaya Kementerian Perdagangan melindungi usaha mikro, kecil dan menengah dari praktik *predatory pricing*.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah digunakan untuk menegaskan masalah - masalah yang akan diteliti, sehingga akan lebih memudahkan dalam penelitian yang dilakukan dan akan sesuai sasaran yang diharapkan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana dampak *predatory pricing* terhadap keberlanjutan usaha Mikro, kecil, dan menengah?
2. Bagaimana upaya Kementerian Perdagangan dalam melindungi usaha mikro, kecil, dan menengah dari praktik *predatory pricing* pada *e-commerce*?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi untuk memberikan kejelasan mengenai apa yang menjadi fokus penelitian dalam penulisan hukum ini dan menghindari perluasan masalah sebagai dampak luasnya ruang lingkup obyek yang akan dikaji agar penelitian ini lebih mengarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang diteliti serta tujuan yang dicapai, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi hanya pada bahasan mengenai aturan terkait *predatory pricing* di Indonesia khususnya mengenai dampak *predatory pricing* terhadap

⁹ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2021 tentang Kebijakan dan Pengaturan Impor

keberlanjutan usaha Mikro, kecil, dan menengah dan bagaimana peran upaya Kementerian Perdagangan dalam melindungi usaha mikro, kecil, dan menengah dari praktik *predatory pricing* pada *e-commerce*.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah disusun, maka dapat disampaikan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dampak *predatory pricing* terhadap keberlanjutan usaha Mikro, kecil, dan menengah;
- b. Untuk mengetahui bagaimana upaya Kementerian Perdagangan dalam melindungi usaha mikro, kecil, dan menengah dari praktik *predatory pricing* pada *e-commerce*.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar mampu memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis:

a. Manfaat Teoritis

Dalam hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada mahasiswa pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya, mengenai aturan terkait *predatory pricing* di Indonesia, dampaknya terhadap UMKM, serta bagaimana peran Kementerian Perdagangan dalam mengatasi strategi *predatory pricing* ini guna melindungi UMKM.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat:

- 1) Dapat menjadi sumbangan pikiran bagi para praktisi hukum maupun penyelenggara negara kedepan dalam menerapkan hukum yang lebih baik untuk digunakan dalam penyelesaian kasus *predatory pricing* di Indonesia.
- 2) Dapat menambah wawasan penulis terkait peraturan – peraturan serta dasar hukum dari Hukum Persaingan Usaha khususnya

tentang penyelesaian permasalahan *predatory pricing* di Indonesia.

- 3) Dapat menambah wawasan masyarakat mengenai peraturan – peraturan serta dasar hukum dari Hukum Persaingan Usaha khususnya tentang penyelesaian permasalahan *predatory pricing* di Indonesia.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Yuridis Normatif. Metode penelitian Yuridis Normatif merupakan penelitian yang berpacu pada norma-norma dan asas-asas hukum yang berlaku dalam suatu peraturan perundang-undangan. Penelitian Yuridis Normatif ini difokuskan untuk mengkaji penerapan suatu norma hukum. Penelitian hukum ini dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka, yang disebut juga penelitian hukum kepustakaan.¹⁰

2. Pendekatan Masalah

Pada penelitian ini, penulis menggunakan beberapa pendekatan penelitian yaitu Pendekatan Undang-Undang (*Statute Approach*), Pendekatan Kasus (*Case Approach*), dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan Peraturan Perundang-Undang (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan dan regulasi yang terkait dengan isu hukum yang akan diteliti.¹¹ Pendekatan kasus (*case approach*) dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi yang telah menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap. Kemudian pendekatan konseptual (*conseptual approace*), yaitu suatu metode pendekatan melalui pendekatan dengan merujuk dari pandanganpandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.

3. Sumber Data

¹⁰ Soerjono Soekanto, 2003, *Penelitian Hukum Normatif*. Raja Grafindo Persada, Jakarta. Hlm. 13.

¹¹ Peter Mahmud Marzuki, 2005, *Penelitian Hukum*, Prenada Media, Jakarta, Hlm. 87 – 91.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data sekunder yang terdiri dari:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer merupakan Bahan Hukum yang bersifat Otoritas. Yang menjadi bahan hukum primer dalam penelitian ini adalah ketentuan perundang-undangan yang mengatur tentang *Predatory Pricing* di Indonesia.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder merupakan bahan penelitian yang menjelaskan mengenai bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini terdiri dari buku teks, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu.

4. Cara Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan dalam penelitian hukum normatif dilakukan dengan studi pustaka terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer dan sekunder, maupun mahan hukum tersier dan atau bahan non-hukum.¹² Dalam memperoleh hasil penelitian, penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengambilan data berupa case studies. Dalam hal ini, peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap suatu kejadian, proses, dan aktivitas manusia kepada satu orang atau lebih. Kemudian dari suatu fenomena masyarakat tersebut maka akan dikaitkan dengan aturan dan hukum yang berlaku melalui studi literatur. Teknik pengambilan data dengan studi literatur akan dilakukan dengan mencari dan medalami suatu bahan bacaan yang dapat berupa teori, peraturan perundang- undangan, maupun asas-asas yang berhubungan dengan penelitian ini, Dalam ruang lingkup penelitian ini, akan dilakukan studi literatur dengan mengkaji instrumen-instrumen hukum yang terkait dengan praktik *Predatory Pricing*. Dengan menggunakan teknik pengambilan data berupa studi literatur dan case

¹² Fajar ND, Dr. Mukti dan Yulianto Achmad, MH,2020, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, hlm. 160.

studies, akan memperoleh hasil penelitian yang memberikan gambaran antara das sollen dan das sein suatu peristiwa hukum.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan objek yang diteliti untuk kemudian diambil suatu kesimpulan dari analisis data tersebut. Pada penelitian ini, hasil penelitian akan akan dianalisis dan dijabarkan ke dalam bentuk data yang bersifat deskriptif kualitatif. Teknik analisis deskriptif kualitatif merupakan sebuah cara menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi situasi dari berbagai data yang dikumpulkan melalui hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang telah diteliti.