

ABSTRAK

Berkembangnya dunia perdagangan dan kemudahan dalam bertransaksi yang diberikan oleh *e-commerce* memberikan kesempatan untuk para pelaku usaha memperluas pasar selebar-lebarnya. Pelaku usaha asing dapat menjualkan produknya ke negara lain tanpa harus hadir di negara bersangkutan atau yang disebut dengan *cross-border transaction*. Para pelaku usaha dalam negeri maupun pelaku usaha asing saling berlomba memberikan harga semurah mungkin untuk menarik konsumen. Adanya pelaku usaha asing yang memberikan harga produknya dengan harga yang sangat murah di *e-commerce* menimbulkan adanya indikasi praktek *predatory pricing*. Permasalahan yang akan penulis angkat adalah bagaimana bentuk pencegahan terhadap indikasi praktek *predatory pricing* oleh *seller* asing di *e-commerce* dan bagaimana indikasi praktek *predatory pricing* oleh *seller* asing di *e-commerce*. Penulisan ini menggunakan metode yuridis normatif. *predatory pricing* atau praktek jual rugi diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pembuktian praktek jual rugi dilakukan dengan pendekatan *rule of reason* dimana baru dapat diambil tindakan apabila terbukti berakibat buruk terhadap praktek persaingan usaha. Namun Indonesia belum mempunyai peraturan mengenai praktek *predatory pricing* dan praktek anti persaingan lainnya oleh pelaku usaha asing di *e-commerce* secara komprehensif. Pemberian harga murah atau praktek jual rugi oleh *seller* asing di *e-commerce* tidak melanggar Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 apabila tidak bertujuan untuk menghambat dan mematikan pelaku usaha kompetitornya di pasar bersangkutan dan bertujuan untuk menaikkan harga di masa depan dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan dan menutup kerugian yang telah diderita di awal dan menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Kata Kunci : Hukum Persaingan Usaha, *Predatory Pricing*, *E-commerce*

ABSTRACT

The development of the world of trade and the ease of transactions provided by e-commerce provide opportunities for business actors to expand the market as wide as possible. Foreign business actors can sell their products to other countries without having to be present in the country concerned or what is called a cross-border transaction. Domestic business actors and foreign business actors compete with each other to provide the lowest possible prices to attract consumers. The existence of foreign business actors who price their products at very low prices in e-commerce gives rise to indications of predatory pricing practices. The problem that the author will raise is how to enforce the law against indications of predatory pricing practices by foreign sellers in e-commerce and how to indicate predatory pricing practices by foreign sellers in e-commerce. This writing uses a normative juridical method. predatory pricing or the practice of selling at a loss is regulated in Article 20 of Law no. 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. Proof of the practice of selling at a loss is carried out using a rule of reason approach where action can only be taken

if it is proven to have a negative impact on business competition practices. However, Indonesia does not yet have comprehensive regulations regarding predatory pricing and other anti-competitive practices by foreign business actors in e-commerce. The giving of low prices or the practice of selling at a loss by foreign sellers in e-commerce does not violate Article 20 of Law no. 5 of 1999 if it is not intended to inhibit and kill business competitors in the relevant market and aims to increase prices in the future with the hope of gaining profits and covering losses that have been suffered in the beginning and caused losses to consumers.

Keywords : *Business Competition Law, Predatory Pricing, E-commerce*