

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Penerapan tarif yang terlalu rendah dapat memicu terjadinya persaingan tidak sehat, dikarenakan pelaku usaha dapat membuat pesaingnya tidak dapat bersaing secara kompetitif. Dengan tidak adanya persaingan usaha, pelaku usaha yang memiliki posisi dominan ini dapat mempermainkan jumlah barang maupun jasa yang tersedia.

Menurut hukum positif Indonesia yang terdapat dalam pasal 25 ayat (2) point a undang-undang anti monopoli dan persaingan usaha tidak sehat menyebutkan satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha dapat dikategorikan melakukan posisi dominan apabila telah menguasai lebih 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa.<sup>1</sup>

Kondisi dalam dunia usaha banyak diwarnai oleh perilaku usaha yang tidak sehat. Pelaku usaha cenderung memupuk insentif untuk mendapatkan kekuatan pasar dan memperoleh keleluasaan mengendalikan harga. Dalam menciptakan kekuatan pasar tersebut, pelaku usaha melakukan tindakan-

---

1

Simulasikredit.com, *Apa Itu Predatory Pricing? Strategi Penetapan Harga Predatory* <https://www.simulasikredit.com/apa-itu-Predatory-pricing-strategi-penetapan-harga-Predatory/> diakses pada 7 Maret 2020

tindakan yang merugikan pesaingnya, seperti melakukan pembatasan pasar (*market restriction*), membuat rintangan perdagangan (*barrier to entry*)

masuk pasar, mengadakan kesepakatan kolusif (*collusive agreements*) untuk mengatur harga, membatasi output, mengatur pasar, dan menjalankan praktek anti persaingan lainnya. Istilah “pelaku usaha” diatur dalam Pasal 1 angka 5 UU Nomor 5 Tahun 1999 yaitu, 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 Negara hukum, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

Dengan hadirnya internet yang merupakan pengembangan teknologi informasi dan komunikasi, maka semakin mudah mengakses berbagai informasi, serta lebih efisien dalam berkomunikasi tanpa adanya batas jarak dan waktu secara internasional. Internet merupakan salah satu sumber belajar bagi semua, karena dengan menggunakan internet orang dapat mengakses informasi-informasi secara cepat dan mudah. Perkembangan teknologi internet yang semakin modern dan canggih bukan hanya memberi manfaat bagi penggunaannya, tapi juga menimbulkan pengaruh negatif bagi penggunaannya. Internet sudah menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian kalangan.<sup>2</sup>

Banyak kasus praktek monopoli yang akan terjadi karena ketidakseimbangan pasar paket internet tersebut. Banyak faktor yang menyebabkan pelaku usaha melakukan praktek monopoli salah satunya dikarenakan kurangnya pengawasan peraturan pemerintah. Beberapa peraturan atau undang-undang secara langsung menyebabkan terjadinya

---

2

Rezmi febrina. Neliti. Jurnal selat 2017, *Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) yang Dilakukan Pelaku Usaha dalam Perspektif Persaingan Usaha*, 2017 diakses pada 7 Maret 2020

pasar monopoli untuk jenis barang atau jasa tertentu. Praktek yang terjadi dengan adanya Kegiatan penjualan paket internet tersebut adalah praktek Jual Rugi (*Predatory Pricing*). Jual rugi (*Predatory Pricing*) merupakan salah satu kegiatan yang dilarang secara *Rule of Reason* yang memungkinkan pengadilan mempertimbangkan faktor-faktor kompetitif dan menetapkan layak atau tidaknya suatu hambatan perdagangan. Artinya untuk mengetahui apakah hambatan tersebut bersifat mencampuri, mempengaruhi, atau bahkan menghambat proses persaingan.

Keunggulan *rule of reason* adalah, menggunakan analisis ekonomi untuk mencapai efisiensi guna mengetahui dengan pasti, yaitu apakah suatu tindakan pelaku usaha memiliki implikasi kepada persaingan. Dengan perkataan lain, apakah suatu tindakan dianggap menghambat persaingan atau mendorong persaingan, ditentukan oleh: “...*economic values, that is, with the maximization of consumer want satisfaction through the most efficient allocation and use resources...*”<sup>3</sup>

Sebaliknya, jika menerapkan kegiatan yang dapat merugikan, maka tindakan pelaku usaha tertentu selalu dianggap melanggar Undang-undang. Pendekatan *rule of reason* juga mengandung satu kelemahan, dan mungkin merupakan kelemahan paling utama yaitu, bahwa *rule of reason* yang digunakan oleh para hakim dan juri mensyaratkan pengetahuan tentang teori ekonomi dan sejumlah data ekonomi yang kompleks, di mana mereka belum

---

3

[Dictio, januari 2018 Apa yang dimaksud dengan prinsip Rule of reason didalam ilmu hukum?https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-prinsip-rule-of-reason-didalam-ilmu-hukum/14802](https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-prinsip-rule-of-reason-didalam-ilmu-hukum/14802) diakses pada 7 Maret 2020

tentu memiliki kemampuan yang cukup untuk memahaminya, guna dapat menghasilkan keputusan yang rasional. Terbatasnya kemampuan dan pengalaman hakim untuk mengatasi proses litigasi yang kompleks.

*Predatory pricing* adalah tindakan suatu perusahaan menetapkan harga di bawah biaya produksi dengan maksud menyingkirkan pesaing. Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyebutkan: “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”.

Literatur ekonomi dan hukum secara luas telah mengembangkan standar khusus untuk menentukan apakah sebuah badan usaha atau pelaku usaha sedang melakukan praktek *Predatory pricing* atau tidak. Salah satu literatur yang paling berpengaruh terhadap kasus ini adalah literatur Areeda dan Turner Mereka menilai bahwa standar penentuan praktek ini dapat dilihat ketika sebuah perusahaan menetapkan harga dibawah biaya marjinal jangka pendeknya. Namun karena data mengenai biaya marjinal jangka pendek sulit diperoleh, mereka menyarankan untuk menggunakan data AVC (*average variable cost*) sebagai proksi.<sup>4</sup>

---

4

*law teacher*, Februari, 2018, <https://www.lawteacher.net/free-law-essays/commercial-law/the-concept-of-Predatory-pricing.php> *The Concept of Predatory Pricing* diakses pada tanggal 5 Maret 2020

Logika yang mendasari adanya penentuan ini adalah bahwa belum pernah ada badan usaha atau pelaku usaha yang mendapatkan untung ketika beroperasi pada kondisi dimana harga lebih rendah dari biaya marjinal jangka pendek kecuali ada kepentingan, taktik atau strategi. Penetapan harga di bawah biaya marjinal jangka pendek adalah tidak masuk akal jika tanpa prospek keuntungan dalam jangka panjang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Dampak kegiatan jual rugi (*Predatory pricing*) yang dilakukan oleh pelaku usaha Reseller Kartu Paket Internet (Studi Di Komplek MMTC Jalan Pancing Medan)?
2. Hubungan pasal 5 dan pasal 8 mengenai penetapan harga yang diatur dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Di Komplek MMTC Jalan Pancing Medan)?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan permasalahan tersebut di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi mengenai:

1. Untuk mengetahui bagaimana dampak kegiatan Jual Rugi (*Predatory Pricing*) yang dilakukan oleh pelaku usaha Reseller Kartu Paket Internet (Studi di Komplek MMTC Jalan Pancing Medan).
2. Untuk mengetahui bagaimana hubungan pasal 5 dan pasal 8 mengenai penetapan harga yang diatur dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Di Komplek MMTC Jalan Pancing Medan).

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku perkuliahan dan menghubungkannya dengan praktik dilapangan.
  - b. Melatih kemampuan untuk melakukan penelitian secara ilmiah dan merumuskan hasil-hasil penelitian tersebut kedalam bentuk tulisan.
  - c. Untuk memperoleh manfaat ilmu pengetahuan dibidang hukum pada umumnya maupun dibidang hukum bisnis pada khususnya yaitu dengan mempelajari literatur yang ada dikombinasikan dengan perkembangan yang terjadi dilapangan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada penulis maupun akademisi, sebagai pembelajaran ilmiah dalam penulisan

hukum dan menambah ilmu pengetahuan, serta mengetahui perkembangan dari kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha reseller kartu paket internet terhadap pelaku usaha pesaingnya.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Umum Tentang Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat**

##### **1. Dasar Hukum Pengaturan Hukum Dan Defenisi Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat**

Kegiatan perekonomian nasional dalam pengaturannya diatur dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 dimana ekonomi diatur oleh kerjasama berdasarkan prinsip gotong royong. Secara tidak langsung dalam Pasal 33 UUD 1945 termuat pemikiran demokrasi ekonomi, dimana demokrasi memiliki ciri khas yang proses perwujudannya diwujudkan oleh semua anggota masyarakat untuk kepentingan seluruh masyarakat, dan harus mengabdikan kepada kesejahteraan seluruh rakyat<sup>5</sup>.

Penerapan hukum persaingan usaha bertujuan untuk menghindari timbulnya persaingan usaha tidak sehat. Pasal 1 angka (6) UU No. 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau persaingan usaha tidak sehat ini dapat dilakukan dalam bentuk perjanjian dan kegiatan sebagaimana diatur dalam UU No. 5 Tahun 1999<sup>6</sup>.

Sebuah persaingan membutuhkan adanya aturan main, karena terkadang tidak selamanya mekanisme pasar dapat berkerja dengan baik (adanya informasi yang asimetris dan monopoli). Di Indonesia, pengaturan persaingan usaha baru terwujud pada tahun 1999 saat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disahkan. Kelahiran Undang-Undang

---

<sup>5</sup>Suyud Margono, "*Hukum Anti Monopoli*", Jakarta: Sinar Grafika, 2009.hlm22

<sup>6</sup><file:///D:/PROJECT%20UHN/New%20folder/Berkas%20Skripsi/jurnal/Bab%20II.pdf>  
diakses pada tanggal 16 April 2020

Nomor 5 Tahun 1999 tersebut ditunjang pula dengan tuntutan masyarakat akan reformasi total dalam tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara, termasuk penghapusan kegiatan monopoli di segala sektor. Adapun falsafah yang melatarbelakangi kelahiran undang-undang tersebut. ada tiga hal yaitu:

- a. Bahwa pembangunan bidang ekonomi harus diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;<sup>7</sup>
- b. Bahwa demokrasi dalam bidang ekonomi mengkehendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan pemasaran barang dan/atau jasa, dalam iklim usaha yang sehat, efektif, dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar;
- c. Bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu, dengan tidak terlepas dari kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh Negara Republik Indonesia terhadap perjanjian-perjanjian internasional.

Dampak positif lain dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah terciptanya pasar yang tidak terdistorsi, sehingga menciptakan peluang

---

<sup>7</sup><https://makalah-xyz.blogspot.com/2017/12/persaingan-usaha.html> diakses pada tanggal 15 April 2020

usaha yang semakin besar bagi para pelaku usaha. Keadaan ini akan memaksa para pelaku usaha untuk lebih inovatif dalam menciptakan dan memasarkan produk (barang dan jasa) mereka.

Jika hal ini tidak dilakukan, para konsumen akan beralih kepada produk yang lebih baik dan kompetitif. Ini berarti bahwa, secara tidak langsung Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 akan memberikan keuntungan bagi konsumen dalam bentuk produk yang lebih berkualitas, harga yang bersaing, dan pelayanan yang lebih baik. Namun perlu diingat bahwa Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 bukan merupakan ancaman bagi perusahaan-perusahaan besar yang telah berdiri sebelum undang-undang ini diundangkan, selama perusahaan-perusahaan tersebut tidak melakukan praktik yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Terdapat beberapa pemikiran yang dapat diatur melalui peraturan perundang-undangan, sehingga terjadi persaingan yang wajar antara lain:

- a. Larangan atas terjadinya persekongkolan sesama pesaing yang menghalangi terjadinya persaingan yang sehat dan wajar yang berakibat buruk dan merugikan masyarakat konsumen.
- b. Larangan bagi merger yang menimbulkan terjadinya dominasi perusahaan-perusahaan tertentu;
- c. Larangan terhadap praktik-praktik dominasi dari perusahaan-perusahaan yang mengakibatkan terjadinya halangan atau rintangan bagi usaha baru atau terjadinya penguasaan pasar yang tidak wajar.

Isi undang-undang No. 5 Tahun 1999 sesuai dengan standar internasional, yaitu sebagai berikut:

- a. Melarang perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat (Pasal-Pasal 4,7 s.d. 9, Pasal-Pasal 10 s.d.14, 22, 23).
- b. Mengizinkan sampai ke tingkat tertentu penetapan harga konsumen, perjanjian eksklusif serta perjanjian lisensi dan *know-how*(Pasal-Pasal 5, 6, 15, dan Pasal 50 Huruf b).
- c. Melarang penggabungan atau peleburan badan usaha, yang menyebabkan terjadinya posisi dominan dipasar atau persaingan usaha tidak sehat (pasal 26 s.d. 29).
- d. Melarang Tindakan merugikan konsumen, pemasok atau penerima barang dengan cara menyalahkan posisi dominan di pasar (Pasal 17 dan 18).
- e. Melarang menghalangi pesaing dengan Tindakan-tindakan diskriminasi baik melalui harga, syarat-syarat perdagangan atau penolakan melakukan hubungan usaha (Pasal 7, 8, 16, 19, s.d. 21).<sup>8</sup>

Hukum Persaingan usaha secara yuridis mengenal 2 (dua) macam dasar pengaturan (pendekatan) yang dapat digunakan untuk menganalisis apakah suatu perbuatan, baik itu berupa perjanjian maupun kegiatan yang telah melanggar UU No. 5 tahun 1999 atau tidak yaitu *per se illegal* dan *rule of reason*. **Arie Siswanto** menjelaskan ada beberapa pendekatan dalam penegakan hukum persaingan usaha. Berdasarkan kriteria konsekuensi hukum yang muncul ada beberapa macam pendekatan yaitu pendekatan administratif, pendekatan pidana dan pendekatan perdata. Berdasarkan kriteria pembuktian substantif ada dua macam pendekatan yaitu *per se illegal* dan pendekatan *rule of reason*.<sup>9</sup>

### **Definisi Persaingan Usaha Tidak Sehat**

**Pengertian persaingan usaha** adalah usaha dari dua pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang

---

<sup>8</sup>Suyud Margono, *Op.cit.* hlm 31-32

<sup>9</sup>Siswanto Arie, “*Hukum Persaingan Usaha*”, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2004.hlm 65

diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.<sup>10</sup>

Berdasarkan Pasal 1 angka 6 UU No. 5 Tahun 1999, 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.

Berdasarkan Pasal 1 angka 2 UU No. 5 Tahun 1999, 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 atas barang dan atau jasa tertentu serta dapat merugikan kepentingan umum dan dapat menimbulkan adanya praktek monopoli. Persaingan tidak sehat adalah persaingan yang dilakukan secara tidak wajar, melanggar hukum, dan merugikan pesaingnya.<sup>11</sup>

Dilihat dari segi ekonomi, pengertian persaingan atau *competition* adalah:<sup>12</sup>

- a. Merupakan suatu bentuk struktur pasar, dimana jumlah perusahaan yang menyediakan barang di pasar menjadi indikator dalam menilai bentuk pasar seperti persaingan sempurna (*perfect competition*), oligopoli (adanya beberapa pesaing besar).

---

<sup>10</sup><https://www.pelajaran.co.id/2020/19/pengertian-persaingan-usaha.html> diakses pada tanggal 16 April 2020

<sup>11</sup><http://digilib.unila.ac.id/8578/10/BAB%20II%20SKRIPSI.pdf> diakses pada tanggal 8 Juli 2020

<sup>12</sup>Kagramanto, Budi. "*Mengenal Hukum Persaingan Usaha*", Sidoarjo: Laros2008.hlm 57

b. Suatu proses dimana perusahaan saling berlomba dan berusaha untuk merebut konsumen atau pelanggan untuk bisa menyerap produk barang dan jasa yang mereka hasilkan, dengan cara:<sup>13</sup>

- 1) Menekan harga (*price competition*)
- 2) Persaingan bukan terhadap harga (*non price competition*) melalui deferensial produk, pengembangan HAKI (Hak Kekayaan Intelektual), promosi atau iklan, pelayanan purna jual, serta
- 3) Berusaha untuk lebih efisien (*low cost production*)

Persaingan usaha dilakukan untuk merebut hati konsumen. Para pelaku usaha berusaha menawarkan produk dan jasa yang menarik, baik dari segi harga, kualitas dan pelayanan. Dengan demikian, ekonomi seluruhnya dialokasikan sumber produktif secara efisien dengan fleksibel melalui keputusan pelaku pasar secara desentralisasi bukan pengarahannya negara atau kegiatan yang mencari keuntungan sehingga pertumbuhan ekonomi dapat meningkat. Namun aspirasi-aspirasi itu hanya akan sepenuhnya terwujud bila pengusaha melakukan kegiatan atas dasar dorongan persaingan usaha, sehingga ketidakpuasan konsumen mampu menimbulkan sanksi pasar terhadap hasil usaha yang buruk.<sup>14</sup>

## 2. Asas dan Tujuan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Guna memahami makna suatu aturan perundang-undangan perlu disimak terlebih dahulu apa asas dan tujuan dibuatnya suatu aturan. Asas dan tujuan akan memberi refleksi bagi bentuk pengaturan dan norma-norma yang dikandung dalam aturan tersebut. Selanjutnya pemahaman

---

<sup>13</sup>Gunawan Widjaja, "*Merger dalam Perspektif Monopoli*", Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002. hlm10

<sup>14</sup>Suyud Margono, *Op.cit.* hlm 27

terhadap norma-norma aturan hukum tersebut akan memberi arahan dan mempengaruhi pelaksanaan dan cara-cara penegakan hukum yang akan dilakukan.

Asas dari UU No. 5 tahun 1999 sebagaimana diatur pada pasal 2 bahwa: “Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antar kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum”. 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. Dalam risalah sidang BPUPKI pada tanggal 31 Mei 1945 di Gedung Penjambon Jakarta dapat diketahui bahwa Supomo selaku ketua Panitia Perancang UUD menolak paham individualisme dan menggunakan semangat kekeluargaan yang terdapat dalam masyarakat pedesaan Indonesia. Disini ia mengikuti ajaran filsafat idealisme kekeluargaan dari Hegel, Adam Muller, dan Spinoza. Adam Muller adalah penganut aliran Neo Romantisisme Jerman, aliran yang timbul sebagai reaksi terhadap eksese-eksese individualisme Revolusi Perancis.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Ningrum Natasya Sirait dkk, “*Buku Hukum Persaingan Usaha*”, (Jakarta Pusat: Komisi Pengawasan Persaingan Usaha, 2017).hlm14

### **Tujuan Persaingan Usaha Tidak Sehat**

Adapun tujuan UU No. 5 tahun 1999 sebagaimana diatur pada pasal 2 adalah untuk:

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
- c. Mencegah praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha, dan
- d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Dua hal yang menjadi unsur penting bagi penentuan kebijakan (*Policy Objectives*) yang ideal dalam pengaturan persaingan di negara-negara yang memiliki undang-undang persaingan adalah kepentingan umum (*Public Interest*) dan efisiensi ekonomi (*Economic efficiency*). Ternyata dua unsur penting tersebut (pasal 3 (a)) juga merupakan bagian dari tujuan diundangkannya UU No. 5 Tahun 1999.



Pasal 2 dan pasal 3 tersebut diatas menyebutkan asas dan tujuan-tujuan utama UU No. 5 Tahun 1999. Diharapkan bahwa peraturan mengenai persaingan akan membantu dalam mewujudkan demokrasi ekonomi sebagaimana dimaksudkan dalam pasal 33 Ayat 1 UUD 1945 (Pasal 2) dan menjamin sistem persaingan usaha yang bebas dan adil untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat serta menciptakan sistem perekonomian yang efisien (Pasal 3). Oleh karena itu, mereka mengambil bagian pembukaan UUD 1945 yang sesuai dengan pasal 3 huruf a dan b UU No. 5 Tahun 1999 dari struktur ekonomi untuk tujuan perealisasi kesejahteraan nasional menurut UUD 1945 dan demokrasi ekonomi, dan yang menuju pada sistem persaingan bebas dan adil dalam pasal 3 Huruf a dan b UU No. 5 Tahun 1999. Hal ini menandakan adanya pemberian kesempatan yang sama kepada setiap pelaku usaha dan ketiadaan pembatasan persaingan usaha, khususnya penyalahgunaan wewenang disektor ekonomi.

Selaku asas dan tujuan, Pasal 2 dan 3 tidak memiliki relevansi langsung terhadap pelaku usaha, karena kedua pasal tersebut tidak menjatuhkan tuntutan konkrit terhadap perilaku pelaku usaha. Walaupun demikian, kedua pasal tersebut harus digunakan dalam interpretasi dan penerapan setiap ketentuan dalam UU No. 5 Tahun 1999. Peraturan persaingan usaha agar di interpretasikan sedemikian rupa sehingga tujuan-tujuan yang termuat dalam Pasal 2 dan 3 tersebut dapat dilaksanakan seefisien mungkin. Misalnya, sehubungan dengan penerimaan dan jangkauan dari *rule of reason* dalam rangka ketentuan tentang perjanjian-perjanjian yang dilarang (Pasal 4-16), harus diperhatikan bahwa pasal 2 dan 3 tidak menetapkan tujuan-tujuan yang

dilaksanakan dalam bidang sumber daya manusia, kebijakan struktural dan perindustrian.<sup>16</sup>

### 3. Prinsip Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat

Pendekatan *rule of reason* dan *per se illegal* telah lama diterapkan dalam bidang hukum persaingan usaha untuk menilai apakah suatu kegiatan maupun perjanjian yang dilakukan oleh pelaku usaha telah atau berpotensi untuk melanggar UU Antimonopoli. Kedua pendekatan ini pertama kali tercantum dalam beberapa suplemen terhadap *Sherman Act 1980*, yang merupakan UU Antimonopoli AS, dan pertama kali diimplementasikan oleh Mahkamah Agung Amerika Serikat pada 1899 (untuk *per se illegal*) dan pada 1911 (untuk *rule of reason*) dalam putusan atas beberapa kasus *antitrust*. Sebagai *pioneer* dalam bidang persaingan usaha, maka pendekatan-pendekatan yang diimplementasikan di AS juga turut diimplementasikan oleh negara-negara lainnya sebagai praktik kebiasaan (*customary practice*) dalam bidang persaingan usaha.

Demikian halnya dengan Indonesia, dalam UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pendekatan *rule of reason* dapat diidentifikasi melalui penggunaan redaksi “**yang dapat mengakibatkan**” dan atau “**patut diduga**”. Kata-kata tersebut menyiratkan perlunya penelitian secara lebih mendalam, apakah suatu tindakan dapat menimbulkan praktek monopoli yang bersifat menghambat persaingan. Sedangkan penerapan pendekatan *per se illegal* biasanya dipergunakan dalam pasal-pasal yang menyatakan istilah “**dilarang**”, tanpa anak kalimat “...yang dapat mengakibatkan...”. Berdasarkan hal-hal tersebut maka KPPU juga menerapkan kedua pendekatan ini dalam pengambilan keputusan atas perkara-perkara persaingan usaha.

#### a. *Rule of Reason*

Pendekatan *rule of reason* adalah suatu pendekatan yang digunakan oleh lembaga otoritas persaingan usaha untuk membuat evaluasi mengenai akibat perjanjian atau kegiatan usaha tertentu, guna menentukan apakah suatu perjanjian atau kegiatan tersebut bersifat menghambat atau mendukung persaingan.

Pendekatan ini memungkinkan pengadilan melakukan interpretasi terhadap UU seperti mempertimbangkan faktor-faktor kompetitif dan menetapkan layak atau tidaknya suatu hambatan perdagangan. Hal ini disebabkan karena perjanjian-perjanjian maupun kegiatan usaha yang

---

<sup>16</sup>*Ibid*, hlm 15

termasuk dalam UU Antimonopoli tidak semuanya dapat menimbulkan praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat atau merugikan masyarakat. Sebaliknya, perjanjian-perjanjian maupun kegiatan-kegiatan tersebut dapat juga menimbulkan dinamika persaingan usaha yang sehat. Oleh karenanya, pendekatan ini digunakan sebagai penyaring untuk menentukan apakah mereka menimbulkan praktek monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat atau tidak.

b. *Per se illegal*

Pendekatan *per se illegal* menyatakan setiap perjanjian atau kegiatan usaha tertentu sebagai ilegal, tanpa pembuktian lebih lanjut atas dampak yang ditimbulkan dari perjanjian atau kegiatan usaha tersebut. Kegiatan yang dianggap sebagai *per se illegal* biasanya meliputi penetapan harga secara kolusif atas produk tertentu, serta pengaturan harga penjualan kembali.

Jenis Perilaku yang digolongkan sebagai *per se illegal* adalah perilaku-perilaku dalam dunia usaha yang hampir selalu bersifat anti persaingan, dan hampir selalu tidak pernah membawa manfaat sosial. Pendekatan *per se illegal* ditinjau dari sudut proses administratif adalah mudah. Hal ini disebabkan karena metode ini memperbolehkan pengadilan untuk menolak melakukan penyelidikan secara rinci, yang biasanya memerlukan waktu lama dan biaya yang mahal guna mencari fakta di pasar yang bersangkutan.<sup>17</sup>

## **B. Tinjauan Umum Tentang *Predatory Pricing***

### **1. Dasar Hukum Pengaturan dan Defenisi Hukum *Predatory Pricing***

Sesuai dengan tujuan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 yaitu mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha, Maka Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 mengatur kegiatan yang dilarang dan yang dapat mengakibatkan persaingan tidak sehat. Salah satu kegiatan yang dilarang

---

<sup>17</sup><https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt4b94e6b8746a9/pentingnya-prinsip-per-se-dan-rule-of-reason-di-uu-persaingan-usaha/> diakses pada tanggal 10 Juli 2020.

adalah pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan pelaku usaha pesaingnya yang bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Praktek jual rugi dalam konteks persaingan usaha adalah suatu perilaku usaha yang umumnya memiliki posisi dominan dipasar menetapkan harga yang merugikan secara ekonomi selama suatu jangka waktu yang cukup panjang.

Dalam jangka pendek, jual rugi sangat menguntungkan konsumen, namun setelah menyingkirkan pesaing dari pasar maka pelaku usaha dominan tersebut mengharapkan menaikkan harga secara signifikan.

Umumnya, harga yang ditetapkan untuk menutupi kerugian tersebut merupakan harga monopoli (yang lebih tinggi) sehingga dapat merugikan konsumen. Kegiatan usaha seperti ini perlu dilakukan pengkajian berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dengan mendasarkan pada kerangka analisis dan pertimbangan ekonomi.

Melihat dari indikasi adanya jual rugi berdasarkan teori ekonomi, jual rugi adalah suatu kondisi dimana suatu pelaku usaha menetapkan harga jual dari barang dan atau jasa yang diproduksinya dibawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost*).

Dimana selain Pasal 20, Larangan penetapan harga juga diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 mengenai larangan penetapan harga dibawah harga pasar. Pasal 7 mensyaratkan adanya perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga dibawah harga pasar, sedangkan pasal 20 tidak mencantumkan adanya persyaratan perjanjian.

Unsur-unsur dalam pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 yang harus diperhatikan:

- 1) Harus dibuktikan bahwa perusahaan atau pelaku usaha tersebut menjual produknya dengan harga jual rugi. Jika perusahaan atau pelaku usaha menjual dengan harga rendah, namun tidak merugi, maka perusahaan atau pelaku usaha tersebut bersaing secara sehat.
- 2) Jika terbukti perusahaan atau pelaku usaha menjual dengan harga rugi, masih harus dibuktikan bahwa perusahaan atau pelaku usaha tersebut memiliki kemampuan yang memungkinkan untuk menjual rugi karena ada kalannya penjual melakukan jual rugi untuk menghindari potensi kerugian yang lebih lanjut atau untuk sekedar mendapatkan dana untuk keluar dari pasar.
- 3) Telah ditunjukkan bahwa perusahaan atau pelaku usaha hanya akan menerapkan *Predatory Pricing* jika perusahaan atau pelaku usaha tersebut yakin akan dapat menutup kerugian ditahap awal dengan

menerapkan harga yang sangat tinggi (*Supra Competitive*) ditahap berikutnya.

Berdasarkan rumusan Pasal 20 ini, dapat diketahui bahwa tidak semuanya kegiatan jual rugi merupakan perbuatan yang melanggar hukum. *Predatory Pricing* dilarang secara *rule of reason* dikarenakan penerapan harga dibawah harga variable rata-rata disatu sisi akan menguntungkan konsumen karena dapat menikmati barang atau jasa dengan harga yang sangat rendah, namun disisi lain *Predatory Pricing* tersebut akan sangat merugikan pelaku usaha pesaing dikarenakan tidak dapat bersaing dalam hal penentuan harga suatu barang atau jasa.<sup>18</sup>

### **Definisi Hukum *Predatory Pricing***

*Predatory Pricing* terjadi ketika usaha dominan menetapkan harga lebih rendah dari biaya produksi dan tidak termasuk pesaing atau menciptakan hambatan tambahan bagi pesaing baru untuk memasuki pasar dan kemudian menetapkan harga tinggi, yang tidak dapat ditetapkan tanpa pengecualian dari pesaing (atau penciptaan hambatan tambahan), sehingga menyebabkan kerusakan pada konsumen.<sup>19</sup>

Menurut R. Sheyam 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. Oleh karena itu apabila pelaku usaha yang melakukan praktek *predatory pricing*, namun tidak mengurangi produksinya dan juga tidak menaikkan harga, maka mungkin tidak akan terjadi *predatory pricing* yang bertentangan dengan hukum. Strategi *predatory pricing* hanya bisa berlaku jika perusahaan pesaing baru sulit muncul dan pesaing yang sudah mati sulit bangkit lagi dalam industri tersebut. Jika tidak, ini adalah strategi “bunuh diri” kalau pesaing baru mudah muncul, atau pesaing lama mudah bangkit lagi, sang predator perlu terus menerapkan harga “jual-

---

<sup>18</sup><https://prezi.com/eelyzfi8jni/predatory-pricing-kasus-indosat/> diakses pada tanggal 14 April 2020

<sup>19</sup>Profesor Attorney, “*Predator Pricing A Framework*” <https://Predatory Pricing A Framework for Analysis.pdf> diakses pada tanggal 14 April 2020

rugi”. Semakin lama “jual-rugi” dilakukan, semakin dekatlah perusahaan pada kebangkrutan.<sup>20</sup>

Alasan dan kemampuan strategi *predatory pricing* masih menjadi kontroversi. Banyak ahli ekonomi yang mempertanyakan strategi *predatory pricing* atas dasar bahwa strategi ini bisa sama mahalannya bagi si pelaku usaha yang melakukan *predatory pricing* dan bagi korbannya. Begitu pula sasaran *predatory pricing* tidak akan mudah untuk dicapai, karena akan sangat sulit mengeluarkan pesaingnya dari pasar. Di samping itu sebagaimana dinyatakan oleh Profesor Areeda, bahwa *predatory pricing* ini tidaklah selalu bertentangan dengan hukum. Beliau menyatakan bahwa kita harus membedakannya dengan persaingan sempurna atau persaingan yang sangat ketat, karena bisa saja dianggap predatori tapi sebenarnya adalah persaingan yang sangat kompetitif.<sup>21</sup>

Perusahaan yang menurunkan harganya pada level di mana pesaingnya akan mati, maka akan menaikkan produksinya. Dengan demikian, maka akan semakin besar kerugiannya. Oleh karena itu perilaku predator hampir tidak mungkin dilakukan perusahaan kecil, bahkan perusahaan yang besar saja, tetap akan mengalami kerugian pada saat dia melakukan jual rugi. Dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 disebutkan, 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.”

---

<sup>20</sup>Hafidzah, “Contoh Kasus Predatory Pricing” <http://teentiper.blogspot.com/2012/12/contoh-kasus-predator-pricing.html?m=1> diakses pada tanggal 15 April 2020

<sup>21</sup>Ningrum Natasya Sirait, *Op.cit.* hlm 100

Praktik ini adalah upaya untuk memaksimalkan keuntungan dan menutup kerugian yang ditimbulkan ketika melakukan jual rugi atau harga rendah. Meskipun penetapan harga rendah dapat menguntungkan konsumen, namun keuntungan tersebut hanya untuk beberapa waktu saja, karena setelah jangka waktu tertentu, dimana sejumlah pelaku usaha pesaing tersingkir dari pasar konsumen justru akan dirugikan setelah pelaku usaha menetapkan harga yang sangat tinggi yang mengarah atau dapat merupakan harga monopoli.

## 2. Unsur-Unsur dalam *Predatory Pricing*

Unsur jual rugi adalah poin penting untuk membuktikan tuduhan *predatory pricing*. Penting juga diperhatikan apakah biaya rendah hanya dilakukan sebagai sarana promosi atau tetap digunakan setelah masa promosi selesai.<sup>22</sup>

Adapun unsur yang ada dalam UUD No.5 Tahun 1999 pasal 20 tersebut dapat diuraikan ke dalam beberapa unsur, sebagai berikut :<sup>23</sup>

### 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

---

<sup>22</sup><https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt55ff40f8edc56/konsep-ipredatory-pricing-ibisa-dipakai-melihat-persaingan-ojek> diakses pada tanggal 15 April 2020

<sup>23</sup>Ningrum Natasya Sirait, *Op.cit*, hlm191-192



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 yang dibahas dalam Pedoman ini.

## 6. Unsur Harga yang sangat rendah

Harga yang rendah adalah harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang tidak masuk akal rendahnya.

#### 7. Dengan maksud

Dengan maksud memiliki arti bahwa kegiatan tersebut dilakukan dengan suatu keinginan atau tujuan.

#### 8. Unsur Menyingkirkan atau mematikan

Menyingkirkan atau mematikan berarti mengeluarkan atau menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar bersangkutan atau menjadi tutup usahanya.

#### 9. Unsur Usaha Pesaing

Usaha pesaing adalah usaha pelaku usaha lain dalam pasar bersangkutan yang sama.

#### 10. Unsur Pasar

Menurut Pasal 1 angka 9 pengertian pasar adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.

#### 11. Unsur Pasar Bersangkutan

Pengertian pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.

#### 12. Unsur Praktek Monopoli

Pengertian praktek monopoli menurut Pasal 1 angka 2 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.

### 13. Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat

Pengertian persaingan usaha tidak sehat menurut Pasal 1 angka 6 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. Kelebihan dan Kelemahan *Predatory Pricing*

Bagi perusahaan, *predatory pricing* jelas memberi kesempatan untuk bisa merebut dan menguasai pangsa pasar. Dengan menetapkan harga produk dan layanan serendah mungkin dari harga pasaran, akan menarik jumlah pelanggan lebih banyak dan tentunya volume penjualan akan mengalami peningkatan drastis.

Perang harga dalam penerapan strategi *predatory pricing* baik bagi konsumen selama para pemain industri mampu bertahan. Sebab, konsumen akan memiliki lebih banyak pilihan produk atau layanan guna memenuhi kebutuhannya. Selain itu, konsumen juga bisa mengonsumsi

produk atau menggunakan layanan berkualitas dengan harga yang sangat terjangkau.<sup>24</sup>

Terlebih dahulu harus dipahami bahwa strategi jual rugi belum tentu dimaksudkan untuk mematikan para pelaku usaha pesaing. Oleh karena itu harus diperhatikan, diteliti, dan dikaji secara cermat tujuan suatu pelaku usaha yang melakukan praktek jual rugi. Pada umumnya praktek jual rugi dimaksudkan pada 5 (lima) tujuan utama, yaitu:

- 1) Mematikan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkutan yang sama.
- 2) Membatasi pesaing dengan memberlakukan harga jual rugi sebagai *entry barrier*.<sup>25</sup>
- 3) Memperoleh keuntungan besar di masa mendatang.
- 4) Mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu, atau;
- 5) Merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi pemasaran.

Sesuai dengan tujuan pelaku usaha, maka perilaku yang dilarang dalam Pasal 20 UU No. 5/1999 adalah melakukan pemasokan barang atau jasa dengan cara melakukan jual rugi dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. Pelaku usaha yang melakukan praktek jual

---

<sup>24</sup><https://www.simulasikredit.com/apa-itu-predatory-pricing-strategi-penetapan-harga-predatory/> diakses pada tanggal 15 April 2020

<sup>25</sup>*Entry Barrier* adalah biaya yang dikeluarkan pemain baru untuk masuk ke suatu pasar tertentu, padahal biaya tersebut tidak dikeluarkan oleh pemain lama. Ketika dahulu masuk ke pasar tersebut, maka hal ini juga dicermati oleh bork dan posner.

rugi yang seperti di atas, maka paling sedikit tiga tujuan pertama akan dicapainya sekaligus.<sup>26</sup>

Adapun kelebihan dari praktik jual rugi (*predatory pricing*) adalah sebagai berikut:

1. Dapat membuat mundurnya para pesaing pasar lainnya.
2. Untuk menghambat pelaku usaha baru masuk ke dalam pasar tersebut.
3. Merupakan harga promosi untuk memperkenalkan produk baru.

Adapun kelemahan dari praktik jual rugi (*predatory pricing*) adalah sebagai berikut:

1. Jika dilakukan dalam jangka waktu yang Panjang dapat menimbulkan kerugian/kebangkrutan pada perusahaan.
2. Hanya menguntungkan konsumen untuk sementara waktu saja.
3. Memiliki konsekuensi yang tinggi.

#### **4. Dampak *Predatory Pricing***

Dalam ilmu ekonomi mikro, praktik *predatory pricing* merupakan praktik yang terjadi dalam pasar oligopoli. Dalam praktik itu hanya ada beberapa perusahaan saja yang menyediakan barang atau jasa tersebut. Meski merugi, para perusahaan *startup* ini tetap melakukan *predatory pricing* untuk saling memikat pelanggan. Tujuannya satu, agar tetap bisa bertahan ditengah persaingan yang sengit.

---

<sup>26</sup>Ningrum Natasya Sirait, *Op.cit.* hlm.192

*Predatory pricing* akan menjurus pada persaingan tidak sehat sebab masing-masing pihak berusaha untuk saling “mematikan” satu sama lain. Dengan matinya para pesaing, maka perusahaan yang bertahan akan menjadi pemain tunggal dalam bidang tersebut dan rentan terjadi praktik monopoli.

Banyak negara di dunia yang menganggap bahwa praktik *predatory pricing* termasuk tindakan ilegal karena dinilai anti-kompetitif yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan tentang persaingan usaha. Namun kenyataannya cukup sulit untuk membuktikan praktik *predatory pricing*, karena para perusahaan yang menerapkan praktik ini berdalih bahwa penurunan harga merupakan hal wajar dalam persaingan bisnis.

Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyebutkan “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 memastikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Praktik *predatory pricing* sangat merugikan baik perusahaan lain maupun konsumen itu sendiri. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) terus berupaya untuk membongkar praktik *predatory pricing* yang dilakukan oleh pelaku usaha di seluruh Indonesia, terutama pelaku usaha yang bergerak di bidang usaha yang strategis dan menyangkut kesejahteraan masyarakat umum.

Sesuai dengan Pasal 47 UU No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktikmonopolidan persaingan usaha tidak sehat, KPPU berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 20. Sanksi bisa berupa penghentian kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat dan, atau merugikan masyarakat.

Pelaku yang terbukti melanggar UU itu bisa dikenakan untuk membayar ganti rugi hingga pengenaan denda dalam jumlah antara Rp 1.000.000.000,00(satu miliar rupiah)dansetinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah).<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup>Gede Angga Ari Wardana, Dampak Perang Tarif Promo oleh “*Startup*” Indonesia, <https://muda.kompas.id/baca/2020/01/21/dampak-perang-tarif-promo-oleh-startup-indonesia/> diakses pada tanggal 10 Juli 2020

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Ruang lingkup Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, sangatlah perlu ditegaskan mengenai batasan atau ruang lingkup penelitian. Ruang lingkup penulisan ini bertujuan untuk membatasi sejauh mana masalah yang dibahas, agar penelitian ini lebih terarah pada sasaran dan tidak mengambang dari permasalahan yang diangkat dalam penulisan ini. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas dalam permasalahan ini adalah dampak kegiatan jual rugi (*Predatory Pricing*) yang dilakukan oleh pelaku usaha Reseller Kartu Paket Internet (Studi Di Komplek MMTC Jalan Pancing Medan) dan hubungan pasal 5 dan pasal 8 mengenai penetapan harga yang diatur dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Di Komplek MMTC Jalan Pancing Medan).

#### B. Pendekatan Masalah

Permasalahan yang telah dirumuskan diatas akan dijawab atau dipecahkan dengan menggunakan metode pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis (hukum dilihat sebagai norma atau *das sollen*), karena dalam membahas permasalahan penelitian ini menggunakan bahan-bahan hukum (baik hukum yang tertulis maupun hukum yang tidak tertulis atau baik bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder). Pendekatan empiris (hukum sebagai kenyataan sosial, kultural atau *das sein*). Karena dalam penelitian ini digunakan data primer yang diperoleh dari lapangan.<sup>28</sup>

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris, yaitu bahwa dalam menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum (yang memadukan data sekunder) dengan data primer yang diperoleh di lapangan tentang pelaksanaan

---

<sup>28</sup> Soekanto Soerjono, dan Sri Mahmudji, "*Peranan dan Penggunaan Kepustakaan didalam Penelitian Hukum*", Jakarta: Pusat Dokumentasi Universitas Indonesia, 1979. hlm 18



diperusahaan yang bergerak dibidang industri, yang berskala kecil, menengah, dan besar. Di dalam penelitian ini akan memfokuskan pada hal-hal apa yang terjadi setelah adanya persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam meningkatkan daya tarik konsumen dan apakah dengan diterapkannya prinsip jual rugi (*Predatory Pricing*) pelaku usaha tersebut dapat memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya atau justru mengalami kerugian.

### C. Bahan Penelitian

Penelitian hukum tidak mengenal adanya data untuk memecahkan isu hukum dan sekaligus memberikan preskripsi apa yang seharusnya diperlukan untuk sumber-sumber penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ialah data sekunder, antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian, dan seterusnya. Sumber-sumber penelitian hukum dapat dibedakan menjadi sumber-sumber penelitian yang berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tertier.

#### a. Bahan Hukum Primer (*Primary Data*)<sup>29</sup>

Data primer adalah data yang dibuat oleh penulis untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh penulis langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian yang dilakukan.

#### b. Bahan Hukum Sekunder

Data yang diperoleh penulis dari studi kepustakaan. Data ini dapat di temukan dengan cepat yang membantu penulis dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang

---

<sup>29</sup> Mahmud Marzuki, “*Metode Penelitian Hukum*”, Jakarta: Prenadamedia Group, 2010. hlm 181

dihadapi dengan cara membaca, mengutip dan menelaah peraturan perundang-undangan, dokumen, buku, dan literatur lain yang berkenaan dengan pembahasan penelitian yang dilakukan.

c. Bahan Hukum Tertier

Yakni bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder yaitu, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Ensiklopedia, Media Massa, Jurnal, Internet, Karya Ilmiah, dan sebagainya.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penulisan skripsi ini, metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan 2(dua) metode yaitu:

1. Metode Wawancara (*interview*), yaitu digunakan untuk memperoleh informasi tentang hal-hal yang dapat diperoleh lewat pengamatan. Penulis melakukan wawancara dengan Bapak Wisman Hasibuane sebagai Pemilik Toko Kartu Paket Internet dan Ibu Linda Susi, Anisa Muthia, Devi Putri, Sari Permata sebagai pemilik kios kecil kartu paket internet untuk dapat menemukan adanya hubungan antara pengumpulan data awal dengan penelusuran peraturan Perundang-undangan dan sumber hukum positif lainnya hingga dianggap relevan dengan berdasarkan rumusan masalah didalam penulisan ini.<sup>30</sup>
2. Metode Kepustakaan (*library research*), adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Metode kepustakaan dilakukan dengan menganalisa buku-buku, Undang-Undang No.

---

<sup>30</sup>Burhan Ashsofa, “*Metode Penelitian Hukum*”, Jakarta: Rineka Cipta, 2010. hlm 59

5 tahun 1999 tentang monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dan bahan-bahan kepustakaan lainnya seperti literatur-literatur, ensiklopedia dan media informasi lainnya yang berkaitan dengan perumusan masalah dalam penulisan ini.

## E. Analisa Data

Karena pendekatan data utama penelitian ini adalah yuridis, maka akan dilakukan dengan analisis data kualitatif. Teknik analisa ini merupakan suatu proses induktif dalam mengorganisir data secara sistematis dengan mencari dan mengolah berbagai data yang bersumber dari wawancara, pengamatan lapangan, dan kajian dokumen (pustaka) untuk menghasilkan suatu laporan temuan penelitian dari pada *Predatory Pricing*. Kemudian hasil riset selanjutnya dikaji isi(*content*), baik terkait kata-kata(*word*), makna (*meaning*), simbol, ide, tema-tema, dan berbagai pesan lainnya.<sup>31</sup>

Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam melakukan analisis data tersebut ialah:

*Pertama*, mengolah data dan mempersiapkan data untuk dianalisis, sebelum dalam menyusun data harus diperhatikan jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

*Kedua*, menganalisis lebih *detail* dengan menggunakan *coding data*. *Coding* merupakan mengolah materi/informasi selama proses pengambilan data.

*Ketiga*, menerapkan proses *Coding* untuk mendeskripsikan orang-orang, kategori-kategori, dan tema yang akan dianalisis. Deskripsi melibatkan usaha penyampaian informasi secara detail yang berkaitan dengan terjadinya praktek jual rugi di daerah jalan pancing tersebut.

---

<sup>31</sup>Maxmore, *Pengertian, Analisa Data, Tujuan, Jenis, dan Prosedur Analisis Data*. <http://www.maxmore.com>

*Keempat*, menginterpretasi atau memaknai data. yakni berupa makna yang berasal dari perbandingan antara hasil penelitian dengan informasi yang berasal dari literatur atau teori.