

ANALISIS PRAKTIK JUAL RUGI (PREDATORY PRICING) TERHADAP PRAKTIK PROMO OLEH GRAB DITINJAU DARI ASPEK HUKUM PERSAINGAN USAHA**Ismar, Ma'ruf Akib, Wahyudi Umar**

Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Kendari

ismar@umkendari.ac.id, maruf.akib@umkendari.ac.id, wahyudi.umar@umkendari.ac.id

ABSTRACT: *The practice of selling losses or predatory pricing is a strategy that is often used in business competition, especially in the e-commerce industry and online transportation services such as Grab. This study aims to analyze the practice of selling losses applied by Grab in the context of business competition law in Indonesia. From a legal perspective, this practice can result in market distortions and harm other business actors, especially in conventional industries. This study uses a normative juridical approach, regarding Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopoly Practices and Unfair Business Competition, which prohibits practices that can hinder healthy competition. In the digital context, Grab and similar companies often provide massive discounts to attract customers, which can be considered a sell-loss practice. Research shows that this strategy not only harms competitors but can also create consumer dependence on low prices, potentially eliminating small players from the market. Therefore, it is important for the Business Competition Supervisory Commission (ICC) to carry out strict supervision of these practices in order to remain in accordance with existing regulations and maintain a healthy competitive climate. Furthermore, this study also highlights the challenges faced by ICC in supervising the practice of selling losses in the digital era, where e-commerce transactions are increasing and market complexity is increasing. ICC needs to strengthen its capacity and supervision methodology to be able to detect and crack down on harmful practices. Thus, this analysis is expected to provide deeper insights into the impact of sell-loss practices on business competition and the need for more effective law enforcement in Indonesia.*

Keywords: *Predatory Pricing, Grab Promos, Business Competition Law*

ABSTRAK: Praktik jual rugi atau predatory pricing merupakan strategi yang sering digunakan dalam persaingan bisnis, terutama di industri e-commerce dan layanan transportasi online seperti Grab. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik kerugian penjualan yang diterapkan oleh Grab dalam konteks hukum persaingan usaha di Indonesia. Dari sisi hukum, praktik ini dapat mengakibatkan distorsi pasar dan merugikan pelaku usaha lainnya, terutama di industri konvensional. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, mengenai Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang melarang praktik yang dapat menghambat persaingan sehat. Dalam konteks digital, Grab dan perusahaan sejenis sering memberikan diskon besar-besaran untuk menarik pelanggan, yang dapat dianggap sebagai praktik sell-loss. Penelitian menunjukkan bahwa strategi ini tidak hanya merugikan pesaing tetapi juga dapat menciptakan ketergantungan konsumen pada harga rendah, berpotensi menghilangkan pemain kecil dari pasar. Oleh karena itu, penting bagi Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) untuk melakukan pengawasan ketat terhadap praktik-praktik tersebut agar tetap sesuai dengan peraturan yang ada dan menjaga iklim persaingan yang sehat. Lebih lanjut, penelitian ini juga menyoroti tantangan yang dihadapi KPPU dalam mengawasi praktik penjualan kerugian di era digital, di mana transaksi e-commerce meningkat dan kompleksitas pasar meningkat. KPPU perlu memperkuat kapasitas dan metodologi pengawasannya untuk dapat mendeteksi dan menindak praktik berbahaya. Dengan demikian, analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang dampak praktik sell-loss terhadap persaingan bisnis dan perlunya penegakan hukum yang lebih efektif di Indonesia.

Keywords: Predatory Pricing, Promo Grab, Hukum Persaingan Usaha

PENDAHULUAN

Predatory pricing adalah praktik penetapan harga yang sangat rendah oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk mengeluarkan pesaing dari pasar. Sejarah praktik ini dapat ditelusuri kembali ke awal perkembangan ekonomi dan hukum persaingan, di mana berbagai kasus telah muncul yang menunjukkan bagaimana perusahaan-perusahaan besar menggunakan strategi ini untuk mendominasi pasar.

Salah satu contoh awal dari praktik *predatory pricing* dapat ditemukan dalam industri gula di Amerika Serikat antara tahun 1887 hingga 1914. Dalam periode ini, perusahaan-perusahaan besar menggunakan strategi harga yang sangat rendah untuk mengalahkan pesaing kecil, yang pada gilirannya menyebabkan konsolidasi pasar dan penguasaan oleh beberapa perusahaan besar. Penelitian Genesove & Mullin, menunjukkan bahwa tindakan ini tidak hanya merugikan pesaing, tetapi juga mengubah struktur pasar secara keseluruhan, menciptakan kondisi di mana harga dapat ditingkatkan setelah pesaing yang lebih kecil terpaksa keluar dari pasar (Genesove & Mullin, 2006).

Praktik jual rugi atau *predatory pricing* merupakan salah satu isu yang sangat relevan dalam konteks persaingan usaha, terutama di era digital saat ini. Dalam industri *e-commerce* dan layanan transportasi daring, seperti yang dilakukan oleh Grab, strategi ini sering kali digunakan untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar dengan cara menawarkan harga yang sangat rendah, bahkan di bawah biaya produksi. Praktik ini dapat mengakibatkan dampak negatif terhadap pelaku usaha lain, terutama yang lebih kecil, dan dapat menciptakan ketidakadilan dalam persaingan (Prahmana & Wiradiputra, 2022). Oleh karena itu, penting untuk menganalisis praktik jual rugi ini dari perspektif hukum persaingan usaha di Indonesia.

Dalam konteks hukum, *predatory pricing* mulai mendapatkan perhatian yang lebih besar dengan munculnya undang-undang antimonopoli di berbagai negara. Di Indonesia, praktik ini diatur dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini melarang praktik-praktik yang dapat merugikan persaingan, termasuk *predatory pricing*, yang dianggap sebagai tindakan yang dapat menciptakan monopoli dan merugikan konsumen (Indah Sari & Gede Rudy, 2021; Zaid, Gustiyani, & Kirana, 2022). KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) memiliki peran penting dalam mengawasi dan menegakkan hukum terkait praktik ini, meskipun tantangan dalam penegakan hukum tetap ada, terutama dalam mengidentifikasi dan membuktikan elemen-elemen yang diperlukan untuk mendefinisikan praktik tersebut sebagai *predatory pricing* (AP, 2023).

Dalam era digital, *predatory pricing* telah mengambil bentuk baru, terutama di sektor *e-commerce*. Perusahaan-perusahaan seperti Grab dan Gojek menggunakan strategi diskon besar-besaran untuk menarik pelanggan dan menghalangi masuknya pesaing baru ke pasar. Grab, sebagai salah satu pemain utama dalam industri transportasi daring di Indonesia, telah menerapkan berbagai strategi promosi yang agresif, termasuk diskon besar-besaran dan tarif yang sangat rendah. Praktik ini sering kali disebut sebagai "*burning money*," di mana perusahaan mengeluarkan biaya lebih besar dari pendapatan untuk menarik konsumen (Rahmawati, 2021; , Marwah, 2022). Meskipun strategi ini dapat menarik konsumen, ada kekhawatiran bahwa praktik tersebut dapat dianggap sebagai jual rugi, yang pada gilirannya dapat merugikan pesaing dan menciptakan ketidakadilan dalam pasar (Marwah, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai praktik jual rugi yang dilakukan oleh Grab dan dampaknya terhadap persaingan usaha, serta bagaimana hukum persaingan usaha di Indonesia dapat mengatasi masalah ini.

Salah satu tantangan utama dalam menganalisis praktik jual rugi adalah menentukan apakah harga yang ditawarkan oleh Grab benar-benar di bawah biaya produksi atau hanya merupakan strategi pemasaran yang sah. Dalam konteks ini, penting untuk memahami perbedaan antara harga yang kompetitif dan harga yang merugikan (Zaid et al., 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa praktik jual rugi sering kali sulit dibuktikan karena perusahaan dapat mengklaim bahwa mereka hanya bersaing secara agresif untuk menarik pelanggan (Pritasari, 2022). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif dalam menganalisis praktik ini, termasuk pengawasan yang lebih ketat dari pihak berwenang seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) (Indah Sari & Gede Rudy, 2021).

Dalam konteks *e-commerce*, di mana transaksi terjadi dengan cepat dan sering kali tidak transparan, pengawasan terhadap praktik jual rugi menjadi semakin kompleks. KPPU perlu mengembangkan metodologi yang lebih efektif untuk mendeteksi praktik-praktik yang merugikan, termasuk penggunaan data analitik dan teknologi informasi untuk memantau harga dan perilaku pasar (Biantara, 2022). Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana KPPU dapat memperkuat kapasitasnya dalam mengawasi praktik jual rugi di era digital, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan regulasi yang ada.

Selain itu, penelitian ini juga akan membahas dampak sosial dan ekonomi dari praktik jual rugi terhadap konsumen dan pelaku usaha lainnya. Meskipun konsumen mungkin diuntungkan dalam jangka pendek dengan harga yang lebih rendah, dalam jangka panjang, praktik jual rugi dapat mengakibatkan hilangnya pilihan dan kualitas layanan yang lebih buruk ketika pesaing keluar dari pasar (Marwah, 2022). Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari praktik ini dalam analisis hukum dan kebijakan persaingan usaha.

PERMASALAHAN

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini berfokus pada praktik jual rugi (*predatory pricing*) yang dilakukan oleh Grab dalam konteks promosi dan dampaknya terhadap persaingan usaha di Indonesia. Meskipun strategi harga rendah yang diterapkan oleh Grab dapat menarik konsumen, terdapat kekhawatiran bahwa praktik ini dapat merugikan pelaku usaha lain, terutama yang lebih kecil, dan menciptakan ketidakadilan dalam pasar. Hal ini menjadi semakin kompleks ketika

mempertimbangkan aspek hukum, di mana Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang praktik-praktik yang dapat menghambat persaingan sehat. Namun, tantangan dalam mendeteksi dan membuktikan praktik jual rugi di era digital ini menjadi isu utama, mengingat dinamika pasar yang cepat dan kurangnya transparansi dalam transaksi e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana KPPU dapat memperkuat pengawasan terhadap praktik jual rugi dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan regulasi yang ada, sehingga dapat menciptakan iklim persaingan usaha yang lebih sehat dan adil di Indonesia.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum doktrinal atau normatif, yang menggunakan hukum sebagai norma dasar, digunakan dalam jenis penelitian ini. Sistem norma yang dimaksud terkait dengan prinsip, norma, dan peraturan perundang-undangan mengenai *kasus quo* (Rustan, Hsieh, & Umar, 2021) Penelitian normatif tahap pertama terdiri dari penelitian dengan tujuan mencapai hukum yang objektif, dengan meneliti masalah hukum. Penelitian hukum normatif tahap kedua ditujukan untuk memperoleh hukum subjektif (Sung & Umar, 2020).

Dalam penelitian ini, pendekatan hukum yang digunakan adalah pendekatan yang mengedepankan hukum sebagai dasar untuk melakukan penelitian. Johnny menjelaskan bahwa pendekatan ini melibatkan analisis mendalam terhadap norma-norma hukum yang ada, serta bagaimana norma-norma tersebut berinteraksi dengan aspek-aspek sosial, politik, dan ekonomi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi hubungan antara hukum dan realitas sosial, serta untuk mengidentifikasi potensi masalah atau ketidakadilan yang mungkin timbul dari penerapan hukum yang ada (Johnny, 2006).

PEMBAHASAN

Praktik jual rugi atau predatory pricing merupakan isu yang semakin relevan dalam konteks persaingan usaha, terutama di era digital yang ditandai dengan pertumbuhan pesat platform e-commerce dan layanan transportasi daring. Grab, sebagai salah satu pelaku utama dalam industri ini, sering kali menerapkan strategi harga yang agresif untuk menarik konsumen dan meningkatkan pangsa pasar. Namun, praktik ini juga menimbulkan kekhawatiran mengenai dampaknya terhadap persaingan yang sehat dan keberlangsungan pelaku usaha lainnya. Dalam bab ini, akan dibahas secara mendalam mengenai praktik jual rugi yang dilakukan oleh Grab, implikasinya terhadap hukum persaingan usaha di Indonesia, serta tantangan yang dihadapi dalam pengawasan dan penegakan hukum.

Konsep Jual Rugi (*Predatory Pricing*)

Konsep jual rugi, atau *predatory pricing*, merupakan praktik di mana perusahaan menetapkan harga produk di bawah biaya produksinya dengan tujuan untuk menghilangkan pesaing dari pasar. Praktik ini sering kali dianggap sebagai bentuk anti-persaingan yang merugikan, dan banyak negara telah mengatur praktik ini dalam undang-undang persaingan usaha mereka. Di Indonesia, misalnya, Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memberikan perlindungan terhadap pelaku usaha dari praktik jual rugi (Prahmana & Wiradiputra, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa meskipun harga barang impor yang sangat murah tidak selalu dapat dikategorikan sebagai praktik jual rugi, tetap ada kebutuhan untuk pengawasan yang ketat terhadap praktik ini untuk menjaga iklim persaingan yang sehat (Indah Sari & Gede Rudy, 2021).

Predatory pricing didefinisikan sebagai praktik menetapkan harga di bawah biaya produksi dengan tujuan untuk menghilangkan pesaing dari pasar dan kemudian meningkatkan harga setelah dominasi pasar tercapai (Adam, 2023). Dalam konteks ekonomi, praktik ini sering kali dianggap sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan yang dapat merugikan konsumen dalam jangka panjang. Menurut teori ekonomi, perusahaan yang melakukan praktik jual rugi akan mengalami kerugian dalam jangka pendek, namun berharap untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar setelah pesaingnya keluar dari pasar (Park, Kazaz, & Webster, 2016).

Menurut Spector, *predatory pricing* didefinisikan sebagai harga yang hanya menguntungkan karena efek eksklusif atau efek anti-persaingan lainnya. Praktik ini bertujuan untuk mengecualikan pesaing atau calon pesaing dari pasar, sehingga memungkinkan pelaku usaha untuk menaikkan harga di masa depan (Spector,

2001). Karakteristik utama dari *predatory pricing* meliputi penetapan harga di bawah biaya marginal dan adanya niat untuk mengecualikan pesaing (Funk & Jaag, 2018). Dalam konteks Indonesia, UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memberikan perlindungan terhadap praktik jual rugi, namun penjualan barang impor dengan harga yang sangat murah tidak serta merta dapat dikategorikan sebagai praktik *predatory pricing* (Prahmana & Wiradiputra, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa ada nuansa dalam penegakan hukum terkait *predatory pricing* yang perlu dipahami lebih dalam.

Regulasi terkait *predatory pricing* di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, yang memberikan kewenangan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) untuk mengawasi dan menindak praktik-praktik yang merugikan persaingan usaha (Indah Sari & Gede Rudy, 2021). KPPU memiliki otoritas untuk melakukan penyelidikan dan memberikan sanksi terhadap pelaku usaha yang terbukti melakukan *predatory pricing*. Dalam kasus PT Conch South Kalimantan Cement, KPPU berhasil membuktikan praktik *predatory pricing*, yang menunjukkan bahwa meskipun sulit untuk dibuktikan, penegakan hukum terhadap praktik ini tetap dapat dilakukan (Zaid et al., 2022).

E-commerce telah menjadi arena baru bagi praktik *predatory pricing*. Dalam konteks ini, perusahaan dapat dengan mudah menawarkan harga yang sangat rendah untuk menarik konsumen baru, sering kali dengan menggunakan strategi "*burning money*" atau membakar uang untuk mendapatkan pangsa pasar (Rahmawati, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa pengawasan terhadap praktik *predatory pricing* dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia sangat penting, terutama dengan meningkatnya persaingan dari penjual lintas batas yang menawarkan harga lebih rendah (Indah Sari & Gede Rudy, 2021). KPPU memiliki peran penting dalam mengawasi praktik ini, dan harus mampu menyesuaikan pendekatan mereka untuk mengatasi tantangan yang muncul dari *e-commerce*. Penegakan hukum yang efektif dapat membantu menjaga persaingan yang sehat dan melindungi konsumen dari praktik yang merugikan.

Dalam konteks *e-commerce*, *predatory pricing* menjadi semakin relevan karena banyak pelaku usaha yang menggunakan strategi harga agresif untuk menarik konsumen. Penelitian oleh Adam menunjukkan bahwa dalam persaingan bisnis *e-commerce*, strategi harga yang sangat rendah dapat digunakan untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar, meskipun ini dapat berpotensi merugikan pesaing (Adam, 2023). Selain itu, penelitian oleh Biantara menyoroti pentingnya peran regulator dalam mencegah praktik jual rugi di platform *e-commerce*, dengan menekankan bahwa pengawasan yang efektif diperlukan untuk melindungi pelaku usaha yang lebih kecil dari praktik yang merugikan ini (Biantara, 2022).

Dalam industri *e-commerce* dan layanan transportasi daring, praktik ini dapat terlihat melalui penawaran diskon besar-besaran dan tarif yang sangat rendah. Grab, misalnya, sering kali memberikan promo yang menarik untuk menarik pengguna baru dan mempertahankan pelanggan yang ada. Meskipun strategi ini dapat meningkatkan volume transaksi, ada risiko bahwa praktik tersebut dapat mengakibatkan hilangnya persaingan yang sehat di pasar, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (Faishol, Nisak, Najib, Mukminin, & Sadid, 2022).

Dari sudut pandang ekonomi, analisis *predatory pricing* dapat dilakukan dengan menggunakan model-model teori permainan yang mempertimbangkan faktor-faktor seperti permintaan dan biaya produksi. Besanko et al. menjelaskan bahwa perilaku yang menyerupai *predatory pricing* dapat muncul sebagai keseimbangan sempurna Markov dalam permainan harga dinamis, yang menunjukkan bahwa praktik ini tidak selalu didorong oleh informasi asimetris atau ketidaksempurnaan pasar modal, melainkan oleh kondisi dasar permintaan dan biaya (Besanko, Doraszelski, & Kryukov, 2014). Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam tentang dinamika pasar sangat penting untuk mengidentifikasi dan mencegah praktik jual rugi.

Dampak dari *predatory pricing* terhadap ekonomi dapat sangat merugikan. Pertama, praktik ini dapat mengurangi jumlah pesaing di pasar, yang pada gilirannya dapat mengurangi pilihan bagi konsumen dan meningkatkan harga setelah pesaing yang lebih lemah keluar dari pasar (Rahmawati, 2021). Selain itu, *predatory pricing* dapat menyebabkan distorsi dalam alokasi sumber daya, di mana perusahaan yang lebih besar dapat menggunakan kekuatan finansial mereka untuk menekan harga dan menghilangkan pesaing yang lebih kecil. Dalam konteks industri telekomunikasi di Indonesia, misalnya, praktik *predatory pricing* dapat mengakibatkan pengurangan inovasi dan peningkatan harga layanan setelah pesaing yang lebih kecil terpaksa keluar dari pasar (Santoso, 2018). Oleh karena itu, penting bagi regulator untuk memantau dan menindak praktik ini agar pasar tetap kompetitif dan inovatif.

Studi Kasus Mengenai *Predatory Pricing*

Studi kasus mengenai *predatory pricing* di Indonesia, seperti yang dilakukan oleh Zaid et al., menunjukkan bahwa ada kemungkinan bahwa kebijakan anti-dumping dapat digantikan oleh regulasi *predatory pricing* (Zaid et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara praktik dumping dan *predatory pricing*, di mana keduanya dapat memiliki dampak yang sama terhadap pasar dan persaingan. Lebih lanjut, penelitian oleh Rahmawati mengidentifikasi indikasi *predatory pricing* yang dilakukan oleh platform *e-commerce* seperti OVO, yang menggunakan strategi harga rendah untuk menarik konsumen dan menghalangi pesaing (Rahmawati, 2021). Ini menunjukkan bahwa praktik *predatory pricing* tidak hanya terbatas pada perusahaan besar, tetapi juga dapat dilakukan oleh platform digital yang beroperasi di pasar yang sangat kompetitif.

Analisis Kasus OVO

OVO menawarkan diskon yang sangat besar untuk menarik pengguna baru. Hal ini menyebabkan pesaing yang lebih kecil, seperti GoPay dan DANA, kesulitan untuk bersaing karena mereka tidak memiliki sumber daya yang sama untuk memberikan diskon serupa (Edlin, Roux, Schmutzler, & Thhni, 2017). Praktik ini menyebabkan beberapa pesaing terpaksa mengurangi kualitas layanan atau bahkan keluar dari pasar. Dalam jangka panjang, setelah OVO mendapatkan pangsa pasar yang signifikan, mereka dapat menaikkan harga layanan mereka, yang merugikan konsumen (Santoso, 2018). KPPU perlu melakukan penyelidikan terhadap praktik ini untuk menentukan apakah OVO benar-benar melakukan *predatory pricing*. Penegakan hukum yang efektif sangat penting untuk menjaga persaingan yang sehat di pasar *e-commerce* (Rahmawati, 2021).

Analisis Kasus *Predatory Pricing* dalam Industri Penerbangan

Dalam industri penerbangan, praktik *predatory pricing* juga telah menjadi perhatian. Dixit et al. Zaid et al. melakukan analisis mengenai hubungan antara kekuatan pasar dan perilaku harga di industri penerbangan (Dixit, Gundlach, Malhotra, & Allvine, 2006; Zaid et al., 2022). Dalam studi ini, mereka menemukan bahwa maskapai penerbangan besar sering kali menggunakan strategi harga agresif untuk mengusir maskapai penerbangan yang lebih kecil dari pasar. Maskapai penerbangan besar sering kali menawarkan tiket dengan harga yang jauh lebih rendah daripada biaya operasional mereka untuk menarik konsumen dan menghalangi maskapai kecil (Besanko et al., 2014). Setelah mengusir pesaing, maskapai besar dapat menaikkan harga tiket, yang merugikan konsumen dan mengurangi pilihan yang tersedia di pasar (Prahmana & Wiradiputra, 2022). Regulator perlu memantau praktik ini dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mencegah penguasaan pasar yang tidak sehat. Penegakan hukum yang ketat dalam kasus ini sangat penting untuk melindungi konsumen dan menjaga persaingan di industri penerbangan (Dixit et al., 2006).

Secara keseluruhan, *predatory pricing* merupakan isu kompleks yang memerlukan perhatian dari berbagai pihak, termasuk pelaku usaha, regulator, dan akademisi. Dengan adanya regulasi yang ketat dan pemahaman yang lebih baik tentang mekanisme pasar, diharapkan praktik jual rugi dapat diminimalkan, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan kompetitif.

Hukum Persaingan Usaha di Indonesia

Dalam konteks hukum persaingan usaha di Indonesia, *predatory pricing* atau praktik jual rugi merupakan isu yang semakin relevan, terutama dengan berkembangnya ekonomi digital. Berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, praktik ini dilarang karena dapat merugikan konsumen dan mengganggu persaingan yang sehat di pasar (Indratma, 2021). Disamping itu praktik jual rugi yang bertujuan untuk menghilangkan pesaing dari pasar (Indah Sari & Gede Rudy, 2021). *Predatory pricing* terjadi ketika suatu perusahaan menetapkan harga di bawah biaya produksi dengan tujuan untuk mengeluarkan pesaing dari pasar. Hal ini sering kali dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang cukup untuk menanggung kerugian sementara (Sabirin & Herfian, 2021).

Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha di sektor digital, seperti Gojek, yang menggunakan strategi diskon besar-besaran untuk menarik konsumen. Namun, penerapan hukum ini dalam konteks digital dan *e-commerce* masih menghadapi berbagai tantangan (Nur Hayati, 2021). Salah satu tantangan utama adalah kesulitan dalam mendeteksi dan membuktikan adanya praktik jual rugi, terutama ketika perusahaan dapat mengklaim bahwa mereka hanya bersaing secara agresif untuk menarik pelanggan (Zaid et al., 2022). Praktik ini dianggap merugikan karena dapat menciptakan ketidakadilan dalam persaingan, di mana pelaku usaha besar dapat menggunakan kekuatan finansial mereka untuk menjual produk dengan harga yang sangat rendah, sehingga mengancam keberlangsungan usaha kecil dan menengah (UMKM) (Restiti, Mahendrawati, & Karma, 2021). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa meskipun Undang-

Undang No. 5 Tahun 1999 ada, implementasinya dalam konteks digital masih menghadapi tantangan, terutama dalam hal pengawasan dan penegakan hukum oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) (Asmah, 2021; Mustamin, 2024).

Dalam konteks *e-commerce*, tantangan dalam penegakan hukum persaingan usaha semakin kompleks. Hayati menyoroti perlunya pengaturan yang lebih spesifik mengenai industri *e-commerce* dalam hukum persaingan usaha Indonesia, termasuk prinsip ekstrateritorialitas yang harus diperhatikan untuk melindungi pasar domestik dari praktik-praktik tidak sehat. Selain itu, Indratma meneliti bagaimana promosi dan diskon besar-besaran yang dilakukan oleh platform transportasi online, seperti Gojek, dapat berpotensi melanggar ketentuan *predatory pricing* (Indratma, 2021). Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun diskon dapat menjadi strategi pemasaran yang sah, jika dilakukan secara berlebihan dan dengan tujuan untuk menghilangkan pesaing, maka hal tersebut dapat dianggap sebagai praktik yang melanggar hukum.

KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) memiliki peran penting dalam mengawasi praktik jual rugi di Indonesia. KPPU bertugas untuk memastikan bahwa persaingan usaha berlangsung secara sehat dan adil, serta melindungi pelaku usaha dari praktik-praktik yang merugikan. Namun, dalam konteks *e-commerce* yang berkembang pesat, KPPU perlu memperkuat kapasitas dan metodologinya untuk dapat mendeteksi praktik-praktik yang merugikan dengan lebih efektif (Effendi, 2020). Penelitian oleh Nazhari menunjukkan bahwa praktik *predatory pricing* dan penyalahgunaan posisi dominan semakin sering terjadi dalam industri *e-commerce*, terutama di tengah lonjakan pengguna selama pandemi COVID-19 (Nazhari & Naufal Irkham, 2023).

Disamping itu, terdapat tantangan dalam hal penegakan hukum yang konsisten, yang sering kali dipengaruhi oleh interpretasi hukum yang beragam antara lembaga yudikatif, eksekutif, dan legislatif. Ketidakpastian hukum ini dapat mengakibatkan ketidakadilan dan kebingungan di kalangan pelaku usaha, yang pada gilirannya dapat menghambat pertumbuhan ekonomi (Miftahul Murachim Budy Kushadianto & Putra, 2024). Lebih jauh lagi, dalam era digital, terdapat kebutuhan mendesak untuk memperbarui regulasi yang ada agar dapat mengakomodasi dinamika pasar yang cepat berubah. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa undang-undang yang ada belum sepenuhnya mencakup dampak dari ekonomi digital, sehingga diperlukan pembaruan untuk memastikan bahwa hukum persaingan usaha tetap relevan dan efektif (Sabirin & Herfian, 2021). Oleh karena itu, penting bagi KPPU untuk meningkatkan kapasitas dan kewenangannya dalam mengawasi praktik-praktik yang merugikan, serta untuk memberikan edukasi kepada pelaku usaha mengenai batasan-batasan yang ditetapkan oleh hukum (Asmah, 2021)(Mustamin, 2024).Oleh karena itu, pengawasan yang lebih ketat dan adaptif terhadap perubahan pasar sangat diperlukan.

Praktik Jual Rugi oleh Grab

Praktik *predatory pricing* oleh Grab di Indonesia telah menjadi sorotan dalam konteks hukum persaingan usaha, terutama dalam industri *ride-hailing* yang sangat kompetitif. *Predatory pricing*, yang didefinisikan sebagai penetapan harga di bawah biaya produksi dengan tujuan mengeluarkan pesaing dari pasar, dapat merugikan konsumen dan menciptakan ketidakadilan di pasar (Marwah, 2022; Zaid et al., 2022). Dalam hal ini, Grab, sebagai salah satu pemain utama di industri ini, telah dituduh melakukan praktik tersebut untuk memperkuat posisinya di pasar dengan memberikan tarif yang sangat rendah kepada konsumen.

Grab telah menerapkan berbagai strategi promosi yang agresif, termasuk diskon besar-besaran dan tarif yang sangat rendah. Praktik ini sering kali dianggap sebagai bentuk jual rugi, terutama ketika harga yang ditawarkan jauh di bawah biaya produksi. Penelitian menunjukkan bahwa strategi ini tidak hanya merugikan pesaing, tetapi juga dapat menciptakan ketergantungan konsumen pada harga rendah, yang pada gilirannya dapat menghilangkan pilihan dan kualitas layanan yang lebih baik ketika pesaing keluar dari pasar (Faishol et al., 2022). Dalam konteks ini, penting untuk menganalisis bagaimana Grab mengelola strategi harga dan promosi mereka. Grab sering kali menggunakan data analitik untuk menentukan harga yang kompetitif, namun praktik ini juga dapat menimbulkan pertanyaan mengenai etika dan dampak jangka panjang terhadap pasar (Sabirin & Herfian, 2021). Selain itu, penggunaan teknologi informasi dalam menentukan harga juga dapat menciptakan tantangan bagi regulator dalam mengawasi praktik-praktik yang merugikan (Asmah, 2021).

Pengawasan Implikasi hukum dari praktik jual rugi yang dilakukan oleh Grab sangat signifikan. Meskipun terdapat regulasi yang melarang praktik ini, tantangan dalam pengawasan dan penegakan hukum tetap ada. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran di kalangan pelaku usaha mengenai batasan-batasan yang ditetapkan oleh hukum persaingan usaha (Effendi, 2020). Selain itu,

dinamika pasar yang cepat dan kompleksitas transaksi *e-commerce* membuat pengawasan menjadi semakin sulit. KPPU perlu mengembangkan metodologi yang lebih efektif untuk mendeteksi praktik jual rugi, termasuk penggunaan teknologi informasi dan data analitik untuk memantau harga dan perilaku pasar. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendekatan yang lebih komprehensif dalam pengawasan dapat membantu KPPU dalam mendeteksi praktik-praktik yang merugikan. Selain itu, KPPU juga perlu meningkatkan kolaborasi dengan pihak-pihak terkait, termasuk pelaku usaha dan akademisi, untuk menciptakan pemahaman yang lebih baik mengenai praktik jual rugi dan dampaknya terhadap persaingan usaha.

KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) memiliki peran penting dalam mengawasi praktik-praktik yang berpotensi merugikan persaingan usaha, termasuk *predatory pricing*. Dalam laporan-laporan sebelumnya, KPPU telah mengidentifikasi indikasi bahwa Grab menggunakan strategi harga yang sangat agresif untuk menarik pengguna baru dan menghalangi masuknya pesaing baru ke pasar (AP, 2023; Indah Sari & Gede Rudy, 2021). Hal ini sejalan dengan definisi *predatory pricing* yang menyatakan bahwa praktik ini bertujuan untuk menciptakan hambatan bagi pesaing dan menguasai pasar (Rahmawati, 2021).

Salah satu contoh konkret dari praktik ini adalah penggunaan subsidi dan diskon yang signifikan oleh Grab untuk menarik pelanggan. Meskipun strategi ini dapat meningkatkan pangsa pasar dalam jangka pendek, dampak jangka panjangnya adalah pengurangan persaingan yang sehat, yang pada akhirnya dapat merugikan konsumen jika pesaing yang lebih kecil terpaksa keluar dari pasar (Marwah, 2022)(Faishol et al., 2022). Penelitian menunjukkan bahwa ketika satu perusahaan mendominasi pasar, kemungkinan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi di masa depan meningkat, yang dapat merugikan konsumen (Sogen, 2023).

Dalam konteks hukum, KPPU memiliki kewenangan untuk menegakkan hukum terhadap praktik-praktik persaingan usaha yang tidak sehat, termasuk *predatory pricing*. Namun, tantangan dalam penegakan hukum tetap ada, terutama dalam mengidentifikasi dan membuktikan elemen-elemen yang diperlukan untuk mendefinisikan praktik tersebut sebagai *predatory pricing* (Gulati & Puri, 2022; Zaid et al., 2022). KPPU harus dapat membedakan antara harga yang agresif tetapi masih dalam batas wajar dari praktik yang benar-benar merugikan persaingan (Adam, 2023). Lebih jauh lagi, dalam era digital, penting bagi KPPU untuk memperbarui pendekatannya dalam mengawasi praktik-praktik ini. Dengan meningkatnya penggunaan teknologi dan platform digital, cara-cara baru dalam melakukan *predatory pricing* mungkin muncul, yang memerlukan adaptasi dalam regulasi dan penegakan hukum (Effendi, 2020; Khon, Baiquni, & Waspiyah, 2023). Oleh karena itu, kolaborasi antara KPPU, pelaku usaha, dan pemerintah sangat penting untuk menciptakan lingkungan persaingan yang sehat dan berkelanjutan di Indonesia.

Berdasarkan analisis di atas, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diusulkan untuk penguatan regulasi dan pengawasan terhadap praktik jual rugi di Indonesia. Pertama, perlu adanya penyempurnaan regulasi yang mengatur praktik jual rugi dalam konteks *e-commerce* dan layanan daring. Regulasi yang lebih spesifik dapat membantu KPPU dalam melakukan pengawasan yang lebih efektif dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha (Rudi & Iswandi, 2022). Kedua, KPPU perlu meningkatkan kapasitas dan sumber daya manusia dalam melakukan pengawasan terhadap praktik jual rugi. Pelatihan dan pendidikan mengenai hukum persaingan usaha dan praktik jual rugi dapat membantu meningkatkan pemahaman dan kesadaran di kalangan pelaku usaha (Sabirin & Herfian, 2021). Selain itu, penggunaan teknologi informasi dan data analitik dalam pengawasan dapat membantu KPPU dalam mendeteksi praktik-praktik yang merugikan dengan lebih cepat dan akurat. Ketiga, kolaborasi antara KPPU, pelaku usaha, dan akademisi perlu ditingkatkan untuk menciptakan pemahaman yang lebih baik mengenai praktik jual rugi dan dampaknya terhadap persaingan usaha. Forum diskusi dan seminar dapat menjadi sarana untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam menghadapi tantangan yang dihadapi dalam pengawasan praktik jual rugi (Adam, 2023).

KESIMPULAN

Kesimpulan Praktik jual rugi oleh Grab dalam konteks promosi dan harga rendah merupakan isu yang kompleks dan memerlukan perhatian serius dari regulator dan pelaku usaha. Meskipun terdapat regulasi yang melarang praktik ini, tantangan dalam pengawasan dan penegakan hukum tetap ada. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan metodologi yang lebih efektif dalam pengawasan, serta meningkatkan kolaborasi antara KPPU, pelaku usaha, dan akademisi. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta iklim persaingan usaha yang sehat dan adil di Indonesia, serta melindungi kepentingan konsumen dan pelaku usaha lainnya.

SARAN

Berdasarkan analisis di atas, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diusulkan untuk penguatan regulasi dan pengawasan terhadap praktik jual rugi di Indonesia. Pertama, perlu adanya penyempurnaan regulasi yang mengatur praktik jual rugi dalam konteks e-commerce dan layanan daring. Regulasi yang lebih spesifik dapat membantu KPPU dalam melakukan pengawasan yang lebih efektif dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha. Kedua, KPPU perlu meningkatkan kapasitas dan sumber daya manusia dalam melakukan pengawasan terhadap praktik jual rugi. Pelatihan dan pendidikan mengenai hukum persaingan usaha dan praktik jual rugi dapat membantu meningkatkan pemahaman dan kesadaran di kalangan pelaku usaha. Selain itu, penggunaan teknologi informasi dan data analitik dalam pengawasan dapat membantu KPPU dalam mendeteksi praktik-praktik yang merugikan dengan lebih cepat dan akurat. Ketiga, kolaborasi antara KPPU, pelaku usaha, dan akademisi perlu ditingkatkan untuk menciptakan pemahaman yang lebih baik mengenai praktik jual rugi dan dampaknya terhadap persaingan usaha. Forum diskusi dan seminar dapat menjadi sarana untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam menghadapi tantangan yang dihadapi dalam pengawasan praktik jual rugi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, R. (2023). Predatory Pricing for E-Commerce Businesses from a Business Competition Law Perspective. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(8), e1438. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i8.1438>
- AP, K. N. A. (2023). The role of the business competition supervisory commission in response to allegations of predatory pricing practices in e-commerce. *Jurnal Geuthèè: Penelitian Multidisiplin*, 6(2), 175. <https://doi.org/10.52626/jg.v6i2.249>
- Asmah, A. (2021). Penguatan Kewenangan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Lewat Putusan Mahkamah Konstitusi (Putusan Mk No.85/Puu-Xiv/2016). *KERTHA WICAKSANA*, 15(1), 11–17. <https://doi.org/10.22225/kw.15.1.2808.11-17>
- Besanko, D., Doraszelski, U., & Kryukov, Y. (2014). The Economics of Predation: What Drives Pricing When There Is Learning-by-Doing? *American Economic Review*, 104(3), 868–897. <https://doi.org/10.1257/aer.104.3.868>
- Biantara, D. (2022). Analisis Peran Regulator Dan Aspek Biaya Dalam Pencegahan Praktik Predatory Pricing Di E-Commerce Indonesia. *Indonesian Journal of Accounting and Governance*, 6(1), 72–88. <https://doi.org/10.36766/ijag.v6i1.270>
- Dixit, A., Gundlach, G. T., Malhotra, N. K., & Allvine, F. C. (2006). Aggressive and Predatory Pricing: Insights and Empirical Examination in the Airline Industry. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(2), 172–187. <https://doi.org/10.1509/jppm.25.2.172>
- Edlin, A. S., Roux, C., Schmutzler, A., & Thhni, C. (2017). Hunting Unicorns? Experimental Evidence on Predatory Pricing Policies. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2997073>
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(1), 21–32. <https://doi.org/10.24815/sklj.v4i1.16228>
- Faishol, M., Nisak, L. N. S., Najib, M. T. A., Mukminin, M. A. A., & Sadid, M. A. (2022). Praktek Predatory Pricing dalam Perspektif Maqashid Syariah. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 113–118. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i1.1580>
- Funk, M., & Jaag, C. (2018). The more economic approach to predatory pricing. *Journal of Competition Law and Economics*, 14(2), 292–310. <https://doi.org/10.1093/JOCLEC/NHY008>
- Genesove, D., & Mullin, W. P. (2006). Predation and its rate of return: the sugar industry, 1887–1914. *The RAND Journal of Economics*, 37(1), 47–69. <https://doi.org/10.1111/j.1756-2171.2006.tb00003.x>
- Gulati, B., & Puri, V. (2022). Predation or Competition: Demystifying the Dilemma in Platform Markets. *Competition Commission of India Journal on Competition Law and Policy*, 06(01), 167–194. <https://doi.org/10.54425/ccijoclp.v2.56>
- Indah Sari, M. L., & Gede Rudy, D. (2021). Supervision of Predatory Pricing on E-Commerce Transactions in Indonesia. *Policy, Law, Notary and Regulatory Issues (Polri)*, 1(1), 16–24. <https://doi.org/10.55047/polri.v1i1.23>
- Indratma, H. F. (2021). Pemberian Voucher Promo oleh Gojek Ditinjau dari Hukum Persaingan

- Usaha. *Media of Law and Sharia*, 2(4), 346–367. <https://doi.org/10.18196/mls.v2i4.12821>
- Johnny, I. (2006). Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif. *Bayumedia Publishing*, 299. Retrieved from <http://staffnew.uny.ac.id/upload/131808346/pendidikan/metodologi-penelitian.pdf>
- Khon, D. W. K., Baiquni, M. I., & Waspiyah, W. (2023). Two Decades of Business Competition Law: How has Indonesian Competition Law Transformed? *Journal of Private and Commercial Law*, 7(1), 45–68. <https://doi.org/10.15294/jpcl.v7i1.44355>
- Marwah, M. (2022). The Predatory Pricing Practice: The Challenges of Business Competition Law on Ride-Hailing Tariff's War. *Jurnal Akta*, 9(4), 425. <https://doi.org/10.30659/akta.v9i4.25511>
- Miftaful Murachim Budy Kushadianto, & Putra, M. D. (2024). Implikasi Hierarki Hukum Dalam Pembentukan Undang-Undang: Pengaruhnya Terhadap Penafsiran Dan Penegakan Hukum. *Syntax Idea*, 6(3), 1476–1484. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i3.3133>
- Mustamin, M. (2024). Analisis Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1), 57–72. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v6i1.2664>
- Nazhari, A. F., & Naufal Irkham. (2023). Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri E-commerce. *Jurnal Persaingan Usaha*, 3(1), 19–31. <https://doi.org/10.55869/kppu.v3i1.85>
- Nur Hayati, A. (2021). Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 109. <https://doi.org/10.30641/dejure.2021.V21.109-122>
- Park, J., Kazaz, B., & Webster, S. (2016). Technical Note – Pricing Below Cost Under Exchange-Rate Risk. *Production and Operations Management*, 25(1), 153–159. <https://doi.org/10.1111/poms.12405>
- Prahmana, V. D., & Wiradiputra, D. (2022). Predatory Pricing Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(3). <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i3.3277>
- Pritasari, M. E. N. (2022). Analysis of used clothing business competition with predatory pricing in the local clothing industry. *Jurnal Cakrawala Hukum*, 13(3), 291–299. <https://doi.org/10.26905/idjch.v13i3.8912>
- Rahmawati, C. R. (2021). Indikasi Predatory Pricing Yang Dilakukan Ovo Dengan Cara Burning Money. *Jurist-Diction*, 4(2), 585. <https://doi.org/10.20473/jd.v4i2.25754>
- Restiti, N. P. Y., Mahendrawati, N. L., & Karma, N. M. S. (2021). Pengaturan Predatory Pricing Transportasi Online Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Analogi Hukum*, 3(1), 129–134. <https://doi.org/10.22225/ah.3.1.2021.129-134>
- Rudi, & Iswandi, I. (2022). Praktik Jual Beli Barang Dengan Sistem Kredit Menurut Hukum Islam. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 577–582. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.198>
- Rustan, A., Hsieh, J., & Umar, W. (2021). Maladministration on Mining Business Licenses : Case Study “ Mining Business License Production Operation PT . Aneka. *Varia Justicia*, 17(3), 246–257.
- Sabirin, A., & Herfian, R. H. (2021). Dampak Ekosistem Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Persaingan Usaha*, 1(2), 75–82. <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i.23>
- Santoso, B. (2018). Predatory Pricing in The Telecommunication Business Advertisement in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 175, 012184. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/175/1/012184>
- Sogen, D. D. (2023). Implementation of Competition Law In Cooking Oil Price Trading For Public Interest. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 2(9). <https://doi.org/10.59141/jrssem.v2i09.438>
- Spector, D. M. (2001). Definitions and Criteria of Predatory Pricing. *SSRN Electronic Journal*, 07(01), 49. <https://doi.org/10.2139/ssrn.262027>
- Sung, M.-H., & Umar, W. (2020). A New Industry and Tax Base on Taxing Esports in Indonesia. *Jurnal Media Hukum*, 27(2), 147–165. <https://doi.org/10.18196/jmh.20200148>

Zaid, Z., Gustiyani, R., & Kirana, A. H. (2022). Can An Anti-Dumping Policy Be Substituted For Predatory Pricing? *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 179–188. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1683>