

## **Dugaan Predatory Pricing Pada Promosi Flash Sale: Dimana Peran KPPU?**

**Septian Dwi Andini, Astika Nurul Hidayah**

Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

e-mail: [septianandini99@gmail.com](mailto:septianandini99@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The impact of the rapid progress of e-commerce in Indonesia, especially in the practice of Flash Sale promotions by significantly reducing prices in a limited time, raises concerns regarding the alleged predatory pricing practices that cause unfair business competition. The role of the Business Competition Supervisory Commission (KPPU) is crucial in preventing potential violations of Law Number 5 Year 1999 on the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition in the e-commerce sector. The purpose of this study is to determine and analyze the application of the rule of reason approach by KPPU in the case of alleged predatory pricing practices in flash sale promotion strategies on e-commerce sites and how the role of KPPU in preventing alleged predatory pricing practices on e-commerce sites. The research method used is Normative Law with statute, conceptual, and case approaches. The results of this study show that KPPU uses a rules of reason approach by considering factors such as production costs, price motivation, and the impact on competitors and the market so that the analysis shows that flash sale practices, although offering prices far below the market, cannot be considered as predatory pricing that harms business competition. KPPU's role in efforts to prevent predatory pricing practices in e-commerce has established a Prevention Deputy that acts as a digital referee, overseeing business activities and while overseeing predatory pricing.*

**Keywords: Rules Of Reason, KPPU, Predatory Pricing, Flash Sale.**

### **ABSTRAK**

Dampak dari pesatnya perkembangan e-commerce di Indonesia, khususnya pada praktik promosi flash sale dengan menurunkan harga secara signifikan dalam waktu terbatas, menimbulkan kekhawatiran terhadap dugaan praktik predatory pricing yang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sangat krusial dalam mencegah potensi pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pada sektor e-commerce. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis penerapan pendekatan rule of Reason yang dilakukan KPPU dalam kasus dugaan praktik predatory pricing dalam strategi promosi flash sale di situs e-commerce dan bagaimana peran KPPU dalam mencegah dugaan praktik predatory pricing di situs e-niaga. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa KPPU menggunakan pendekatan rule of Reason dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti biaya produksi, motivasi harga, dan dampaknya terhadap pesaing dan pasar sehingga analisis menunjukkan adanya praktik flash sale meskipun menawarkan harga jauh di bawah pasar tidak dapat dianggap sebagai predatory pricing yang merugikan persaingan usaha. Peran KPPU dalam upaya pencegahan praktik predatory pricing di e-commerce telah membentuk Deputy Pencegahan yang berperan sebagai digital wasit, mengawasi kegiatan usaha dan sekaligus mengawal predatory pricing.

**Kata Kunci: Rules of Reason, KPPU, Predatory Pricing, Flash Sale**

## **A. PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami perkembangan yang cepat dan berhasil mendorong kemajuan dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Salah satu perkembangan terjadi yaitu dalam sektor perdagangan. Dimana pada mulanya transaksi perdagangan terjadi melalui pertemuan langsung secara tatap muka, namun sekarang telah mengalami transformasi ke bentuk daring melalui internet, yang dikenal sebagai *e-commerce*. Perkembangan ini mencerminkan pergeseran cara tradisional perdagangan ke ranah *online* dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Perdagangan elektronik, atau yang sering disebut *e-commerce*, merujuk pada transaksi yang tidak memerlukan dokumen fisik. Dalam hal ini, inovasi seperti pertukaran data elektronik, email, forum *online*, transfer uang secara elektronik, dan berbagai teknologi berbasis jaringan diterapkan melalui penggunaan sistem komunikasi.<sup>1</sup>

Kemajuan teknologi di bidang perdagangan tidak hanya menciptakan satu *platform* penyedia layanan belanja *online* di Indonesia terdapat berbagai jenis *platform* aplikasi yang menyediakan layanan belanja *online*. Hal ini mempermudah konsumen dalam menentukan *platform* mana yang cocok sesuai dengan preferensi mereka. Setiap *platform e-commerce* tersebut memberikan berbagai fitur serta berbagai keunggulan dan layanan yang beragam dibandingkan *platform* lain dengan demikian konsumen dapat memilih *platform e-commerce* yang dalam pandangannya menawarkan fasilitas dan layanan terbaik yang memudahkan proses berbelanja.

Terdapat beberapa *e-commerce* yang populer di kalangan masyarakat Indonesia antara lain Blibli.com, Tokopedia, Shopee, Lazada, serta Bukalapak. Supaya dapat menarik minat konsumen, *platform e-commerce* tersebut menyajikan berbagai tawaran, seperti kemudahan dalam metode pembayaran, fitur layanan pelanggan, program poin atau *reward*, *voucher* gratis ongkir dan yang saat ini semakin populer adalah promosi besar-besaran berupa penurunan harga setiap bulannya. Setiap bulan, ketika mencapai tanggal dengan angka yang sama, seperti pada 12 Desember yang dikenal sebagai *flash sale* 12.12, atau tanggal 1 Januari yang dikenal sebagai *flash sale* 1.1, sejumlah *platform e-commerce* selalu menggelar promo *flash sale* tersebut.

*flash sale* adalah praktik promosi di mana harga dan jumlah produk yang tersedia dikurangi secara signifikan, biasanya dalam waktu yang singkat.<sup>2</sup> Kelima *platform* tersebut menawarkan diskon yang berbeda-beda. Sebagai contoh, pada aplikasi Shopee, mereka dapat memberikan diskon hingga 99% dalam promosi *flash sale* 12.12, sehingga harga produk bisa mencapai Rp.999,- atau bahkan Rp.99,-, yang secara signifikan jauh lebih murah dibandingkan dengan pasar. Sementara itu, di aplikasi Lazada, mereka mungkin hanya memberikan potongan harga maksimal sebesar 70%. Dengan ragam promo *flash sale* yang berubah setiap bulannya dari berbagai *platform e-commerce*, masyarakat diberikan banyak kesempatan untuk menentukan *platform* mana yang menawarkan potongan harga atau diskon terbaik,

---

<sup>1</sup> Chica Octa Andinda, Lie Gunardi, and Moody Rizqy Syailendra Putra, "Analisis Predatory Pricing Dalam Praktik Flash Sale Dengan Fitur Live Streaming Pada Aplikasi Tiktok," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 7, no. 8.5.2017 (2022): 2003–2005.

<sup>2</sup> Respi Saputri, Asep Muhamad Ramdan, and Nor Norisanti, "Peran Flash Sale Dalam Memediasi Hubungan Sales Promotion Terhadap Keputusan Belanja Online," *Syntax Idea* 2, no. 6 (2020): 108–116.

seringkali dengan tambahan *voucher* gratis ongkos kirim, yang sangat diperlukan memperhatikan tingginya kebutuhan konsumen saat ini.<sup>3</sup>

Pelaksanaan praktik promosi *flash sale* yang dilakukan beberapa *platform e-commerce* menunjukkan potensi yang besar dalam memicu persaingan antara bisnis digital di Indonesia karena terdapat perbedaan *presentase* potongan harga yang berbeda jauh pada setiap *platform*. Hal tersebut dapat memicu bahwa adanya potensi persaingan dalam ranah bisnis digital yang tidak sehat. Bagi pelaku usaha yang memiliki skala besar dan sumber daya finansial yang kuat, mereka memiliki kekuatan yang signifikan untuk mengendalikan pasar dan penggunaannya. Mereka bahkan dapat menciptakan hambatan bagi pesaing yang mencoba memasuki pasar, yang sering disebut sebagai usaha untuk mendominasi pasar (*lock-in*).<sup>4</sup>

Praktik promosi pemasaran produk dengan menggunakan metode *flash sale* dengan mematok harga jauh dibawah harga normal dapat memicu ketertarikan konsumen untuk lebih memilih berbelanja dengan harga yang sangat berbeda tersebut. Namun, praktik semacam ini seringkali dikaitkan dengan upaya dominasi pasar atau monopoli yang disebut juga sebagai praktik *predatory pricing*. *Predatory pricing* merujuk pada strategi bisnis di mana pelaku usaha menetapkan harga di bawah batas yang wajar dengan tujuan meraih keuntungan secara instan. Praktik ini dianggap sebagai pelanggaran terhadap hukum persaingan usaha karena dapat merugikan pesaing dan mengganggu kesehatan persaingan di pasar.<sup>5</sup> Praktik *predatory pricing* ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (untuk selanjutnya disebut dengan Undang-Undang Persaingan Usaha) pada Pasal 20 dimana indikasi keberhasilan seorang pengusaha atau perusahaan yang menggunakan praktik *predatory pricing* biasanya terlihat melalui keluarnya pesaing yang merasa dirugikan oleh tindakan *predatory pricing* tersebut. Selain itu, masuknya pesaing baru ke dalam industri bisnis juga dapat terhambat oleh tindakan *predatory pricing* dari salah satu pelaku usaha, sehingga praktik ini dianggap sebagai bentuk persaingan usaha yang tidak sehat.<sup>6</sup>

Secara umum, pelaksanaan ketentuan Undang-Undang Persaingan Usaha telah dianggap berhasil dalam menciptakan kerangka hukum dan landasan yang kuat untuk menangani permasalahan dalam persaingan usaha. Sebagai dasar hukum berupa peraturan perundang-undangan penanggulangan masalah persaingan usaha juga melibatkan fungsi lembaga khusus yang difokuskan mulai pada pengawasan sampai dengan memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang terlibat dalam praktik persaingan usaha yang tidak sehat. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dibentuk sebagai lembaga yang bertugas melaksanakan pengawasan dalam bidang persaingan usaha bertujuan untuk memastikan berjalannya aktivitas bisnis dengan

---

<sup>3</sup> Ni Kadek Neva Rastina Meirani And Made Aditya Pramana Putra, "Indikasi Predatory Pricing Dalam Promosi Flash Sale Pada E-Commerce Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Jurnal Kertha Wicara* 11, no. 11 (2022): 1731–1744.

<sup>4</sup> Adis Nur Hayati, "Analisis Tantangan Dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21, no. 1 (2021): 109.

<sup>5</sup> Akhmad Farhan Nazhari and Naufal Irkham, "Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing Dan Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Industri E-Commerce," *Jurnal Persaingan Usaha* 3, no. 1 (2023): 19–31.

<sup>6</sup> Ni Kadek Neva Rastina Meirani And Made Aditya Pramana Putra, "Indikasi Predatory Pricing Dalam Promosi Flash Sale Pada E-Commerce Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Jurnal Kertha Wicara* 11, no. 11 (2022): 1731–1744.

berkeadilan.<sup>7</sup> Dengan pertumbuhan bisnis digital yang cepat di Indonesia, tanggung jawab KPPU menjadi semakin kompleks dalam upaya menciptakan lingkungan bisnis yang sehat di negara ini.

Indikasi dari praktik *predatory pricing* melalui strategi promosi *flash sale* yang dijalankan oleh sejumlah perusahaan *e-commerce*, diperlukan analisis apakah tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai monopoli yang dapat dikatakan sebagai persaingan usaha tidak sehat. Untuk itu, bagaimana penegakan hukum dilakukan oleh pihak yang berwenang juga perlu dikaji, terutama penegakan oleh KPPU.<sup>8</sup> KPPU dalam upaya mengatur persaingan usaha merujuk pada Peraturan KPPU Nomor 1 Tahun 2019 mengenai Tata Cara Penanganan Kasus Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha yang Tidak Sehat.

KPPU dalam menilai adanya kemungkinan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat di antara pelaku usaha, mereka mengadopsi dua metode, yakni pendekatan *per se-illegal* dan *rules of reason*. Khususnya, dalam menanggapi praktik *predatory pricing* yang dapat mengakibatkan ketidaksehatan dalam persaingan usaha ini, KPPU menerapkan pendekatan *rules of reason*. Pendekatan ini melibatkan pencarian alasan dari pelaku usaha. KPPU mengimplementasikan dua konsep dalam penerapan pendekatan *rules of reason*, yaitu teori *bright line evidence* dan *hard line evidence*. Teori *bright line evidence* melakukan evaluasi apakah aktivitas pelaku usaha berpotensi mengakibatkan ketidaksehatan dalam persaingan dengan mempertimbangkan tingkat persaingan di pasar terkait. Sementara itu, teori *hard line evidence* melibatkan analisis ekonomi untuk menentukan apakah tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat menghasilkan praktik monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat. Dengan menggunakan dua teori ini, KPPU berupaya menyelidiki dan menilai dampak potensial terhadap persaingan usaha secara menyeluruh.<sup>9</sup>

Dari uraian latar belakang permasalahan tersebut, dalam penelitian ini penulis tertarik untuk menganalisis terkait dugaan adanya praktik *predatory pricing* dalam strategi promosi *flash sale* menggunakan metode pendekatan *rules of reason* oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Dengan rumusan masalah : 1) Bagaimana penerapan pendekatan *rule of reason* oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam perkara dugaan *predatory pricing* melalui strategi promosi *flash sale* di situs *e-commerce*? 2) Bagaimana peran KPPU dalam upaya pencegahan terhadap dugaan praktik *predatory pricing* di situs *e-commerce*?

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang diterapkan adalah penelitian Hukum Normatif dengan pendekatan utama, yaitu "statute approach" yaitu pendekatan perundang-undangan, "conceptual approach" yaitu pendekatan konseptual untuk merinci konsep, dan "case approach" yaitu merupakan suatu metode yang diterapkan dengan memeriksa kasus-kasus yang terkait dengan masalah hukum yang dihadapi. Setelah itu, data disusun secara

---

<sup>7</sup> Andi Fahmi Lubis et al., *Hukum Persaingan Usaha*, ed. Ningrum Natasya Sirait, Andi Fahmi Lubis, and Helena Wirastri Wulandari, 2nd ed. (Jakarta: Komisi Persaingan Usaha (KPPU), 2017).

<sup>8</sup> Alem Savier, Teddy Prima Anggriawan, and Aldira Mara Ditta Caesar Purwanto, "Fenomena Predatory Pricing Dalam Persaingan Usaha Di E Commerce (Studi Kasus Antara Penetapan Tarif Bawah Antara Aplikasi Indrive Dan Gojek)," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 14 (2023): 64–77.

<sup>9</sup> Vincentius Eric Sutanto, "Analisis Pendekatan Rules of Reason Dalam Kasus Praktik Predatory Pricing (Studi Kasus Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020)," *Wajah Hukum* 7, no. 1 (2023): 17.

terstruktur untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh, dan peneliti menganalisisnya menggunakan teknik deskriptif analitis.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Pendekatan Rule Of Reason Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha Dalam Perkara Dugaan Predatory Pricing Melalui Strategi Promosi Flash Sale**

Intensitas persaingan di industri bisnis digital mendorong banyak perusahaan *e-commerce* untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran. Terutama, upaya menarik perhatian konsumen dan memperluas pangsa pasar. Sebagai salah satu contoh cara yang umum dilakukan adalah dengan menawarkan berbagai promosi kepada konsumen untuk mendorong transaksi melalui platform *e-commerce* mereka. Secara esensial, taktik ini tidak berbeda jauh dibandingkan dengan praktik yang diterapkan oleh pelaku usaha konvensional pada umumnya. Salah satu cara strategi promosi yang umum digunakan dalam platform *e-commerce* saat ini adalah *flash sale*.

Strategi promosi *flash sale* yang dilakukan oleh pelaku usaha di platform *e-commerce* dilakukan dengan menawarkan produk-produk dengan harga jauh lebih rendah, dalam jumlah terbatas, dan waktu penawaran singkat sesuai batas yang telah ditetapkan. Tujuan di balik pelaksanaan promosi *flash sale* adalah untuk meningkatkan jumlah penjualan dengan memanfaatkan antusiasme dari konsumen, yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian secara cepat. Dengan membangkitkan antusiasme konsumen, diharapkan dapat mendorong pertumbuhan penjualan secara signifikan. Pendekatan ini bergantung pada aspek psikologis konsumen, yang cenderung tertarik untuk melakukan pembelian pada saat *flash sale* karena terdapat penawaran harga yang lebih terjangkau, selain juga dengan adanya pembatasan dalam jumlah dan waktu pembelian membuat konsumen secara impulsif melakukan pembelian.<sup>10</sup> Dengan demikian, strategi ini memberikan peluang lebih besar bagi *e-commerce* untuk mendapatkan pengenalan lebih luas dan menarik lebih banyak kunjungan dari konsumen baru.

Persyaratan terkait diskon dan harga untuk pelaku usaha yang berkeinginan ikut serta dalam program *flash sale* di sebuah platform *e-commerce* melibatkan beberapa ketentuan. Salah satu syaratnya adalah bahwa harga promosi produk selama *flash sale* harus minimal satu persen lebih rendah dibandingkan harga biasa produk tersebut. Harga produk untuk *flash sale* ini ditetapkan lebih rendah dibandingkan dengan total harga produk dalam 30 hari terakhir. Selain itu, harga promo produk harus lebih rendah dibandingkan dengan promosi serupa yang berlangsung secara bersamaan. Terdapat peraturan ketat untuk penjual selama *flash sale* yaitu termasuk larangan mengubah harga asli produk selama periode *flash sale*. Juga, penjual dilarang melakukan perubahan pada harga, foto, atau jenis produk selama promo *flash sale* berlangsung, mulai dari awal hingga akhir.<sup>11</sup>

Secara umum, menetapkan harga yang sangat murah biasanya dilakukan dengan periode singkat yang dimaksudkan untuk meraih keuntungan yang dapat berlangsung dalam jangka waktu lama erat kaitannya dengan *predatory pricing* atau

---

<sup>10</sup> Komang Kory Jayani, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti, "Flash Sale Sebagai Indikasi Predatory Pricing Pada Aplikasi E-Commerce Perspektif Hukum Persaingan Usaha," *Jurnal Preferensi Hukum* 3, no. 1 (2022): 42–47.

<sup>11</sup> *Ibid.*

di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan jual rugi. Jual rugi ini merupakan bagian dari perbuatan yang dapat menciptakan persaingan usaha tidak sehat. Karena dalam praktiknya pelaku usaha perlu melakukan pendekatan tingkat kewajaran, dengan memperhitungkan kapabilitas *platform e-commerce* dan para pelaku usaha yang memanfaatkannya penting untuk mempertimbangkan guna menghindari kemungkinan kerugian yang dapat berlangsung dalam periode waktu yang lama. Selain itu, perlu memperhatikan pendekatan finansial dengan membandingkan antara biaya masuk dan biaya produksi untuk mendeteksi tingkat kewajaran dari praktik jual rugi tersebut.

Prinsip dasar demokrasi ekonomi serta ideologi perekonomian Pancasila yang diimplementasikan dalam hukum persaingan usaha, memang menekankan pentingnya memberikan keleluasaan kepada pelaku usaha untuk menggali inovasi dan kreativitas dalam operasional bisnisnya. Meskipun demikian, kebebasan tersebut perlu dijalankan dengan pembatasan oleh regulasi yang telah disepakati oleh Pemerintah dan diimplementasikan dengan bijaksana.<sup>12</sup>

Regulasi mengenai praktik *predatory pricing* dalam persaingan usaha diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang Persaingan Usaha. Pasal tersebut memuat larangan terhadap praktik jual rugi dengan menetapkan harga sangat rendah, terutama jika tujuannya adalah untuk menghilangkan persaingan usaha dari pesaing di pasar terkait. Larangan ini bertujuan supaya dapat mencegah timbulnya praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Pentingnya pembuktian praktik *predatory pricing* diatur melalui pendekatan yuridis dengan prinsip *rule of reason*, di mana harus ada bukti terkait dampak dari tindakan jual rugi terhadap munculnya monopoli maupun persaingan usaha yang tidak sehat.<sup>13</sup>

Teori etika persaingan usaha menerapkan prinsip etika dalam dunia bisnis dimana pada dasarnya terdiri dari tiga aspek yang harus diperhatikan. Pertama, etika terkait dengan perlakuan terhadap karyawan, kedua, etika terhadap pelanggan, dan ketiga, etika terhadap rekan bisnis lainnya. Etika dalam hubungan antara pelaku bisnis bertujuan untuk memperlakukan pesaing sebagai kompetitor yang bersaing secara sehat dan bukan sebagai musuh. Dalam hal ini, kompetitor adalah perusahaan yang berupaya menjaga integritas dan citra produk mereka di mata publik dengan cara yang *fair*. Ini berarti tidak melakukan tindakan seperti promosi yang merusak reputasi pesaing, monopoli, monopsoni, spionase, dan tindakan tidak etis lainnya yang dapat menyebabkan kerugian pada pesaing.<sup>14</sup>

Pendekatan *rules of reason* diterapkan oleh KPPU sebagai lembaga yang memiliki wewenang untuk mengawasi persaingan usaha dilakukan dengan menelusuri alasan dari pelaku usaha sebagai langkah pertama. Pendekatan ini memungkinkan KPPU untuk memeriksa lebih dalam kasus-kasus dan mengidentifikasi apakah *flash sale* yang dilakukan memiliki dampak yang merugikan persaingan usaha. Dalam menerapkan pendekatan *rules of reason*, KPPU

---

<sup>12</sup> Maria Eleonora Novena Pritasari, "Analysis of Used Clothing Business Competition with Predatory Pricing in the Local Clothing Industry," *Jurnal Cakrawala Hukum* 13, no. 3 (2022): 291–299.

<sup>13</sup> Sutanto, "Analisis Pendekatan Rules of Reason Dalam Kasus Praktik Predatory Pricing (Studi Kasus Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020)."

<sup>14</sup> Tanwir, "Konsep Etika Memenangkan Persaingan Usaha," *Mu'amalat : Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 10, no. 1 (2018): 57–78.

tidak hanya melihat penurunan harga secara isolatif, tetapi juga mempertimbangkan alasan di balik kebijakan harga yang diadopsi oleh pelaku usaha.<sup>15</sup>

KPPU akan melakukan analisis mendalam terhadap faktor-faktor seperti biaya produksi, motivasi di balik penurunan harga, dan dampaknya terhadap pesaing dan pasar secara keseluruhan. Selain itu, KPPU akan mempertimbangkan apakah penurunan harga bersifat sementara atau merupakan strategi untuk mengeliminasi pesaing tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang yang berkelanjutan.<sup>16</sup> Dalam keterkaitan antara *predatory pricing*, *rule of reason*, dan perspektif layanan *platform e-commerce*, sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 yang 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”

Dengan merujuk pada ketentuan Pasal 20 Undang-Undang Persingan Usaha, apabila seluruh unsur yang dijelaskan dalam praktik promosi melalui metode *flash sale* terpenuhi, kegiatan tersebut dapat dianggap sebagai *predatory pricing*. Penting untuk diingat bahwa Jika salah satu unsur tidak terpenuhi, maka suatu tindakan tidak dapat digolongkan sebagai praktik *predatory pricing*. Unsur-unsur tersebut mencakup:<sup>17</sup>

1) Unsur Pelaku Usaha

Promosi *flash sale* telah memenuhi unsur dari praktik *predatory pricing* yang pertama ini karena dalam interaksinya melibatkan dua kelompok utama, yakni pelaku usaha sebagai penjual dan pembeli sebagai konsumen. Dengan demikian, keterlibatan pelaku usaha tersebut telah memenuhi unsur dari praktik *predatory pricing*.

2) Unsur Pemasokan Barang dan/atau Jasa

Penyediaan barang atau pemasokan barang walaupun dalam jumlah yang terbatas pada promosi *flash sale* tetap memenuhi kriteria praktik *predatory pricing* karena ada suplai barang khusus yang disediakan secara khusus untuk pelaksanaan promosi *flash sale*. Dengan kata lain, meskipun jumlah barang terbatas, keberadaan suplai barang yang diarahkan secara spesifik untuk *flash sale* tetap menjadikan praktik ini sesuai dengan unsur *predatory pricing*.

3) Unsur Jual Rugi dan Unsur Harga Yang Sangat Rendah

Keberadaan unsur jual rugi pada promosi *flash sale* menjadi terlihat karena adanya perbedaan harga yang jauh lebih rendah dari nilai pasar yang seharusnya. Oleh karena itu, elemen jual rugi dan penetapan harga yang sangat rendah dalam promosi *flash sale* memenuhi kriteria sebagai bagian dari praktik *predatory pricing*. Dengan kata lain, perbedaan harga yang mencolok dan penetapan harga yang sangat rendah dalam promosi *flash sale* menjadi indikator bahwa unsur praktik *predatory pricing* telah terpenuhi.

4) Unsur Dengan Maksud Tertentu

---

<sup>15</sup> Nazhari and Irkham, “Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing Dan Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Industri E-Commerce.”

<sup>16</sup> Lubis et al., *Hukum Persaingan Usaha*.

<sup>17</sup> Jayani, Budiarta, and Ujjanti, “Flash Sale Sebagai Indikasi Predatory Pricing Pada Aplikasi E-Commerce Perspektif Hukum Persaingan Usaha.”

Penetapan harga yang sangat rendah pada promosi *flash sale* bertujuan untuk merangsang peningkatan omset penjualan melalui pemanfaatan antusiasme konsumen dan mendorong percepatan pembelian. Dengan demikian, keberadaan niat yang spesifik untuk mencapai tujuan tersebut termanifestasi dalam pelaksanaan promosi *flash sale* sebagai bagian dari praktik *predatory pricing*. Penetapan harga yang rendah secara signifikan dalam promosi *flash sale* mencerminkan adanya keinginan yang khusus untuk mencapai tujuan tertentu, yang sesuai dengan unsur praktik *predatory pricing*.

- 5) Unsur Menyingkirkan atau Mematikan  
Dirancang dengan tujuan utama untuk menarik perhatian konsumen dan merangsang pertumbuhan omset penjualan, strategi promosi *flash sale* juga bertujuan untuk menghabiskan persediaan barang dari produksi yang berlebih. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa tujuan dari promosi *flash sale* ini tidaklah bersifat menyingkirkan atau mematikan usaha pesaing. Oleh karena itu, unsur untuk menyingkirkan atau mematikan pesaing tidak terpenuhi. Hal ini disebabkan oleh perbedaan tujuan yang dimiliki oleh promosi *flash sale*, yang lebih fokus pada aspek meningkatkan penjualan dan mengoptimalkan stok barang.
- 6) Unsur Pasar Bersangkutan  
Pelaksanaan promosi *flash sale* melibatkan kerja sama beberapa pelaku usaha, di mana produk dipasarkan dari satu penjual ke penjual lain dengan cakupan yang seragam. Oleh karena itu, keberadaan unsur pasar yang terlibat dalam promosi *flash sale* memenuhi kriteria sebagai unsur dari praktik *predatory pricing*.
- 7) Unsur Praktik Monopoli  
Pelaksanaan praktik promosi *flash sale* tidak mengakibatkan sentralisasi pemasaran suatu produk, karena pelaku usaha *e-commerce* lain dapat ikut berpartisipasi dalam promosi tersebut. Dengan demikian, keberadaan unsur praktik monopoli dalam promosi *flash sale* tidak terpenuhi sebagai bagian dari praktik *predatory pricing*. Hal ini menandakan bahwa tidak ada dominasi tunggal atau kendali penuh atas pemasaran produk yang terjadi dalam promosi *flash sale*.
- 8) Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat  
Pelaku usaha *e-commerce* menerapkan strategi promosi *flash sale* dengan memastikan kepatuhan terhadap hukum dan tanpa merugikan persaingan usaha. Produk yang dipromosikan dalam *flash sale* sesuai dengan regulasi yang ditetapkan oleh pihak *e-commerce* dan tidak melanggar perundang-undangan yang berlaku. Dengan demikian, praktik *flash sale* ini tidak dapat dianggap sebagai bentuk *predatory pricing* yang dapat merugikan persaingan usaha karena tidak melibatkan unsur persaingan usaha yang tidak sehat.

Apabila kita merinci unsur-unsur yang terkait dengan tindakan *predatory pricing* tersebut, dapat ditemukan bahwa beberapa unsur tidak terpenuhi dalam promosi *flash sale* di *platform e-commerce*. Hal ini mencakup tujuan untuk menyingkirkan pesaing atau mematikan usaha mereka, tidak adanya praktik monopoli, dan ketiadaan persaingan usaha yang tidak sehat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa promosi *flash sale* di *platform e-commerce* tidak dapat dikategorikan sebagai *predatory pricing* karena tidak memenuhi kriteria yang diuraikan dalam Pasal 20 UU Persaingan Usaha tersebut.

Selain itu, *e-commerce* merupakan pasar yang memenuhi kriteria pasar sempurna, di mana terdapat kebebasan bagi setiap pelaku usaha untuk memasuki atau meninggalkan *platform* tersebut.<sup>18</sup> Sebagai pasar yang memenuhi kriteria persaingan sempurna, *e-commerce* dapat membentuk persaingan usaha yang tinggi karena banyak pelaku usaha yang terlibat, pembeli, serta tanpa adanya batasan terhadap produk serupa yang dijual. Oleh karena itu, tidak mudah untuk pelaku usaha melaksanakan tindakan *predatory pricing* yang menghasilkan praktik monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat di pasar *e-commerce*. Bahkan apabila Praktik *predatory pricing* dilaksanakan pada salah satu *platform e-commerce* yang berkembang di Indonesia, pembeli atau konsumen masih memiliki fleksibilitas untuk beralih ke *platform* lain guna menghindari peningkatan harga signifikan yang diberlakukan oleh pada *platform e-commerce* sebelumnya. Situasi tersebut disebabkan oleh keberagaman jenis *platform e-commerce* yang tumbuh di Indonesia. Dan mungkin apabila terjadi praktik *predatory pricing* pada suatu produk di seluruh *platform e-commerce* di Indonesia, konsumen masih memiliki alternatif untuk memanfaatkan *platform e-commerce* internasional. Ini adalah keuntungan dari kemajuan dunia digital yang tidak menghambat individu dalam berkomunikasi, bertransaksi, dan bernegosiasi, meskipun mereka berada di benua yang berbeda. Kemudahan akses dan konektivitas global di era digital memberikan keleluasaan kepada konsumen untuk mengeksplorasi opsi belanja di tingkat internasional.

## **2. Peran KPPU Dalam Upaya Pencegahan Terhadap Praktik Predatory Pricing Di Situs E-Commerce**

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, dalam sistem kenegaraan, berfungsi sebagai sebuah lembaga negara yang bersifat komplementer atau organ pembantu negara (*state auxiliary organ*).<sup>19</sup> Kewenangannya sesuai dengan peraturan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini memberikan landasan hukum untuk melaksanakan tugas dan fungsi penegakan hukum yang bertujuan untuk mencegah praktik-praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Secara lebih rinci, KPPU merupakan salah satu lembaga negara yang independen<sup>20</sup> dan didirikan melalui Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999. Perannya yang kompleks mencakup fungsi sebagai lembaga penegak hukum yang memiliki tugas mengawasi persaingan usaha, sesuai dengan mandat yang tertuang dalam Pasal 35 dan 36 Undang-Undang Persaingan Usaha.<sup>21</sup>

KPPU memiliki kewenangan yang diatur oleh Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat untuk menangani berbagai perkara persaingan usaha. Dalam peraturan tersebut, dijelaskan dengan tegas bahwa

---

<sup>18</sup> Rasyifa Syahla and Ratna Januarita, "Dugaan Predatory Pricing Dalam Praktik Promosi Dengan Metode Flash Sale Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Bandung Conference Series: Law Studies* 2, no. 1 (2022): 450–456, <https://doi.org/10.29313/bcsls.v2i1.880>.

<sup>19</sup> Lubis et al., *Hukum Persaingan Usaha*.

<sup>20</sup> Marsitiningih and Wafa Hiyati Inayah, *Hukum Persaingan Usaha Dan Perlindungan Konsumen* (Sukabumi: Haura Publishing, 2021).

<sup>21</sup> Lubis et al., *Hukum Persaingan Usaha*.

KPPU dapat memulai penanganan perkara berdasarkan laporan yang diterima atau inisiatif yang diambil oleh KPPU sendiri.

Mengenai asal-usul perkara yang diperoleh dari laporan, prosedurnya dimulai dengan pelaporan yang dilakukan oleh pihak atau individu yang mengetahui adanya pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap hukum persaingan usaha. Laporan ini wajib disampaikan kepada Ketua Komisi melalui kantor pusat komisi, kantor perwalian komisi di daerah, atau menggunakan *platform* pelaporan daring dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan tepat. Laporan juga harus dilengkapi dengan tanda tangan resmi dari Pelapor sebagai tanda autentikasi.

Laporan yang diajukan harus berbentuk tertulis dan setidaknya harus mencakup informasi mengenai identitas pelapor dan terlapor, deskripsi yang terperinci mengenai dugaan pelanggaran Undang-Undang, serta bukti-bukti yang mendukung tuntutan pelanggaran tersebut, sebagaimana yang diuraikan dalam Pasal 6 ayat 4, apabila laporan tersebut memenuhi kriteria seperti kesempurnaan administrasi, kejelasan dugaan pelanggaran terhadap Undang-Undang, kepatuhan dengan kompetensi mutlak Komisi, dan adanya minimal satu alat bukti dalam laporan tersebut dapat dilanjutkan ke tahap penyelidikan. Hal ini menekankan pentingnya keberadaan informasi dan bukti yang memadai untuk memastikan proses lanjutan dalam menangani kasus persaingan usaha.

Tidak hanya dengan menggunakan mekanisme pelaporan, KPPU juga memiliki wewenang guna mencari pelanggaran terkait persaingan usaha melalui inisiatif yang bersumber dari KPPU itu sendiri sesuai dengan ketentuan yang dijelaskan dalam Pasal 10 ayat 3 Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam situasi ini, pelanggaran dapat teridentifikasi melalui analisis data dan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan yang dapat diperoleh dari penelitian, hasil temuan dari tahapan pemeriksaan, laporan hasil rapat dengar pendapat yang diadakan oleh komisi, laporan yang tidak lengkap, liputan media, atau data dan informasi lain.

Seperti yang diuraikan dalam pasal 14 laporan hasil penelitian inisiatif tersebut dapat diarahkan ke tahap penyelidikan jika memenuhi berbagai persyaratan, termasuk pada relevansi dengan kompetensi mutlak Komisi yaitu memberikan penjelasan data yang valid dan/atau informasi terkait dugaan pelanggaran Undang-Undang, memberikan kejelasan mengenai pasal-pasal Undang-Undang yang dilanggar, dan keberadaan setidaknya satu alat bukti. Penelitian dapat dilakukan untuk lebih mendalam dan memastikan bahwa segala aspek yang relevan telah diperiksa dengan cermat. Hal ini menegaskan bahwa penanganan perkara berdasarkan inisiatif KPPU membutuhkan dasar informasi yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan untuk memastikan bahwa pelanggaran yang ditemukan dapat dianggap sah dan mendukung langkah-langkah penegakan hukum yang ditempuh oleh Komisi.

Dalam implementasinya, untuk menyatakan bahwa pelaku usaha melanggar hukum persaingan usaha, dibutuhkan suatu tahapan pembuktian yang melibatkan penggunaan barang bukti. Proses ini bertujuan untuk memastikan adanya landasan yang kuat dan teruji dalam menetapkan apakah pelanggaran telah terjadi. Keberadaan barang bukti menjadi esensial untuk mendukung argumentasi dan kesimpulan terkait dugaan pelanggaran tersebut.

Undang-Undang Persaingan Usaha pada pasal 42 menetapkan bahwa alat bukti yang dapat diterima secara sah meliputi pernyataan saksi, penjelasan ahli, surat atau dokumen tertulis, petunjuk, serta keterangan dari pelaku usaha. Semua dokumen yang

diajukan akan diterima oleh KPPU, dan majelis KPPU akan melakukan penilaian terhadap keabsahan dokumen-dokumen tersebut. Oleh karena itu, jika suatu pelaku usaha terbukti melakukan tindakan praktek jual rugi sesuai dengan Pasal 20, KPPU akan segera mengambil tindakan dengan mengambil tindakan perberlakuan sanksi administratif, sebagaimana diatur dalam Pasal 47 ayat (2) Undang-Undang Persaingan Usaha. Sanksi administratif tersebut dapat berupa tindakan hukuman administratif yang mencakup:

- a. penetapan pembatalan perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 13, Pasal 15, dan Pasal 16; dan atau
- b. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertikal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14; dan atau
- c. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat; dan atau
- d. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan; dan/atau
- e. penetapan pembatalan atas penggabungan atau peleburan badan usaha dan pengambilalihan saham sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28; dan atau
- f. penetapan pembayaran ganti rugi; dan atau pengenaan denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah).

Selain itu, sesuai dengan ketentuan Pasal 49, sanksi pidana tambahan dapat mencakup:

- a. pencabutan izin usaha; atau
- b. larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap undang-undang ini untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun; atau
- c. penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

Undang-Undang Persaingan Usaha pada dasarnya telah mengatur berbagai aspek persaingan usaha secara komprehensif. Akan tetapi sejalan dengan meningkatnya kompleksitas kegiatan perdagangan, undang-undang tersebut belum sepenuhnya mengakomodasi perkembangan yang terjadi. KPPU berpendapat bahwa sektor *e-commerce* memiliki karakteristik yang berbeda, dan sampai saat ini, belum terdapat regulasi hukum yang kuat untuk mengatur ketentuan khususnya di Indonesia.<sup>22</sup> Disamping itu tingkat kepatuhan hukum masyarakat dalam hal ini khususnya pelaku usaha yang masih cukup rendah menyebabkan adanya pelanggaran hukum yang mungkin saja terjadi.

Teori kepatuhan hukum, sebagaimana dijelaskan oleh Satjipto Rahardjo, pada dasarnya melibatkan dua unsur pokok, yaitu hukum dan manusia yang menjadi subjek dari hukum tersebut. Dengan kata lain, kepatuhan terhadap hukum tidak sekadar tergantung pada eksistensi hukum itu sendiri, tetapi juga pada sejauh mana subjek hukum bersedia mematuhi. Poin yang perlu dicatat di sini adalah bahwa kepatuhan terhadap hukum tidak hanya terkait dengan keberadaan aturan hukum semata, melainkan juga bergantung pada kemauan dan kesadaran manusia untuk tunduk dan mematuhi. Oleh karena itu, memahami aspek ini penting karena menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap

---

<sup>22</sup> Adinda Suci Rahayu and Suherman, "Analisis Dugaan Praktek Jual Rugi Produk Impor Melalui Situs E-Commerce Shopee," *UNES Law Review* 4, no. 4 (2022): 430–448.

hukum melibatkan lebih dari sekadar adanya norma hukum, melibatkan faktor psikologis dan kesediaan subjek hukum untuk mematuhi norma-norma tersebut.<sup>23</sup>

Dalam upaya pencegahan terhadap praktik *predatory pricing* dalam persaingan usaha. Keberhasilan kepatuhan tidak hanya bergantung pada ancaman hukuman, tetapi juga pada keyakinan intrinsik akan keadilan hukum. Pelaku usaha yang memahami nilai persaingan yang adil dan merasa tanggung jawab sosial lebih mungkin menghindari *predatory pricing*. Tekanan sosial dari masyarakat dan pengawasan yang ketat oleh otoritas seperti KPPU memainkan peran penting dalam menjaga kepatuhan dan mencegah pelanggaran hukum.

KPPU telah membentuk Deputy Pencegahan yang memegang tanggung jawab melakukan pengawasan terhadap kegiatan bisnis di *platform e-commerce* menggunakan teknik pengawasan terhadap potensi perilaku diskriminatif. KPPU memegang peran sebagai wasit digital yang bertindak sebagai pengawas dan penilai terhadap kegiatan bisnis dalam ranah digital.<sup>24</sup> Deputy Pencegahan KPPU menguraikan tanggung jawabnya dalam upaya pencegahan persaingan usaha yang tidak sehat. Sekaligus mengawasi aktivitas bisnis dan mengawasi perilaku yang berpotensi menciptakan praktik *predatory pricing* maupun tindakan diskriminatif dan/atau juga pengambilalihan yang tidak adil dari platform terhadap penjual atau di antara platform yang merugikan pesaing. Ketika sampai pada pemberian sanksi terhadap pelanggaran persaingan usaha, baik dalam bentuk sanksi pidana maupun perdata yang secara umum berada di luar kewenangan KPPU sehingga KPPU hanya dapat memberikan sanksi administratif saja. Ini dikarenakan KPPU berfungsi sebagai lembaga administratif, dan bukan lembaga peradilan khusus untuk menangani masalah persaingan usaha.<sup>25</sup>

Wewenang yang dimiliki oleh KPPU terbukti sepanjang proses pemeriksaan hingga pengumuman putusan. KPPU memiliki wewenang untuk melakukan pemeriksaan yang bersifat spesifik, menjalankan penyelidikan dan penyidikan, serta memberikan putusan yang nantinya diumumkan dalam sidang yang terbuka untuk umum, sebagaimana diatur secara khusus Pasal 43 ayat (4) dalam Undang-Undang Persaingan Usaha. Saat tahap penjatuhan putusan, KPPU mengeluarkan keputusan yang wajib dijalankan, meminta pelaku usaha yang dinyatakan bersalah untuk melaporkan pelaksanaan keputusan tersebut kepada KPPU. Seperti pada penyelesaian perkara lainnya, jika pelaku usaha yang bersalah mengajukan keberatan atau penyangkalan terhadap putusan KPPU, perselisihan dapat dibawa ke Pengadilan dan Mahkamah Agung yang memiliki kewenangan setara dalam menangani sengketa seputar persaingan usaha yang tidak sehat yang termasuk dalam ranah pidana, terutama jika tidak dilaksanakannya putusan KPPU yang *inkracht* (memiliki kekuatan hukum tetap).<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Satjipto Raharjo, *Sosiologi Hukum Perkembangan Metode Dan Pilihan Masalah* (Yogyakarta: Genta Publishing, 2010).

<sup>24</sup> Ni Kadek Neva Rastina Meirani and Made Aditya Pramana Putra, "Indikasi Predatory Pricing Dalam Promosi Flash Sale Pada E-Commerce Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Jurnal Kertha Wicara* 11, no. 11 (2022): 1731–1744.

<sup>25</sup> Nazhari and Irkham, "Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing Dan Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Industri E-Commerce."

<sup>26</sup> Ibid.

## **D. PENUTUP**

### **1. KESIMPULAN**

Persaingan di dunia usaha *e-commerce* mendorong pelaku usaha untuk melakukan strategi pemasaran yang inovatif, termasuk melalui promosi *flash sale*. Meskipun *flash sale* bertujuan meningkatkan volume penjualan dengan menurunkan harga secara signifikan, dalam analisis unsur-unsur praktik *predatory pricing* menunjukkan bahwa tidak semua kriteria terpenuhi dalam promosi *flash sale*. Strategi promosi *flash sale* dalam *e-commerce* tidak bisa dianggap sebagai *predatory pricing* sesuai dengan Pasal 20 Undang-Undang Persaingan Usaha karena tidak memiliki maksud untuk menyingkirkan pesaing atau menciptakan monopoli. Regulasi yang ada dan pendekatan yang diterapkan oleh KPPU menggunakan *rules of reason* membantu memahami dampak dan motif di balik penetapan harga rendah. Dalam konteks pasar sempurna *e-commerce*, di mana konsumen memiliki fleksibilitas untuk beralih antar *platform*, sulit bagi praktik *predatory pricing* menciptakan monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat. Sehingga, secara keseluruhan, promosi *flash sale* dalam *e-commerce* dapat dianggap strategi pemasaran yang sah dan sejalan dengan regulasi persaingan usaha.

KPPU dalam upayanya mengawasi *e-commerce*, membentuk Deputi Pencegahan yang berperan sebagai wasit digital, mengawasi aktivitas bisnis dan sembari mengawasi perilaku yang berpotensi menciptakan praktik *predatory pricing* serta tindakan diskriminatif dan/atau juga pengambilalihan yang tidak adil dari *platform* terhadap penjual atau di antara *platform* yang merugikan pesaing. Meskipun KPPU memiliki kewenangan dalam memberikan sanksi administratif, kendati demikian sanksi pidana dan perdata berada di luar wewenangnya, KPPU tetap memainkan peran vital dalam menegakkan hukum persaingan usaha. Proses pemeriksaan hingga pengumuman putusan yang dilakukan oleh KPPU mencerminkan keberhasilan lembaga ini dalam melaksanakan tugasnya sebagai badan penegak hukum yang independen. Walaupun pengadilan juga memiliki peran penting dalam menangani sengketa persaingan usaha yang tidak sehat, terutama ketika ada keberatan terhadap keputusan KPPU.

### **2. SARAN**

Untuk meningkatkan keefektifan penegakan hukum serta pengawasan persaingan usaha di sektor *e-commerce*, perlu diadakannya penyempurnaan regulasi secara terus menerus yang mengakomodasi dinamika industri ini. Sejalan dengan temuan bahwa promosi *flash sale* tidak dapat dianggap sebagai praktik *predatory pricing*, pembahasan lebih lanjut tentang jenis praktik pemasaran inovatif lainnya perlu dipertimbangkan dalam regulasi untuk memastikan ketertiban dan keadilan persaingan. Lebih lanjut, KPPU dapat mengintensifkan peran Deputi Pencegahan sebagai wasit digital dengan mengembangkan kerangka kerja yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan model bisnis *e-commerce*. Penting juga untuk mempertimbangkan perluasan kewenangan KPPU dalam menangani sanksi pidana dan perdata untuk memperkuat efektivitas penegakan hukum. Kolaborasi yang lebih erat antara KPPU dan pengadilan diperlukan, dengan perhatian khusus pada proses pemeriksaan dan pembacaan putusan, guna memastikan bahwa keberatan terhadap keputusan KPPU dapat diatasi secara adil dan transparan. Dengan demikian, regulasi yang lebih responsif dan kolaborasi yang erat antar lembaga dapat membantu

menciptakan lingkungan bisnis *e-commerce* yang sehat, inovatif, dan sesuai dengan prinsip-prinsip persaingan usaha yang berkeadilan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

##### **Buku :**

- Lubis, Andi Fahmi, Anna maria Tri Anggraini, Kurnia Toha, L. Budi Kagramanto, M. Hawin, Ningrum Natasya Sirait, Paramita Prananingtyas, Sukarmi, Syamsul Maarif, and Udin Silalahi. *Hukum Persaingan Usaha*. Edited by Ningrum Natasya Sirait, Andi Fahmi Lubis, and Helena Wirastri Wulandari. 2nd ed. Jakarta: Komisi Persaingan Usaha (KPPU), 2017.
- Marsitiningasih, and Wafa Hiyati Inayah. *Hukum Persaingan Usaha Dan Perlindungan Konsumen*. Sukabumi: Haura Publishing, 2021.
- Raharjo, Satjipto. *Sosiologi Hukum Perkembangan Metode Dan Pilihan Masalah*. Yogyakarta: Genta Publishing, 2010.

##### **Jurnal :**

- Andinda, Chica Octa, Lie Gunardi, and Moody Rizqy Syailendra Putra. "Analisis Predatory Pricing Dalam Praktik Flash Sale Dengan Fitur Live Streaming Pada Aplikasi Tiktok." *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 7, no. 8.5.2017 (2022): 2003–2005.
- Jayani, Komang Kory, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti. "Flash Sale Sebagai Indikasi Predatory Pricing Pada Aplikasi E-Commerce Perspektif Hukum Persaingan Usaha." *Jurnal Preferensi Hukum* 3, no. 1 (2022): 42–47.
- Lubis, Andi Fahmi, Anna maria Tri Anggraini, Kurnia Toha, L. Budi Kagramanto, M. Hawin, Ningrum Natasya Sirait, Paramita Prananingtyas, Sukarmi, Syamsul Maarif, and Udin Silalahi. *Hukum Persaingan Usaha*. Edited by Ningrum Natasya Sirait, Andi Fahmi Lubis, and Helena Wirastri Wulandari. 2nd ed. Jakarta: Komisi Persaingan Usaha (KPPU), 2017.
- Marsitiningasih, and Wafa Hiyati Inayah. *Hukum Persaingan Usaha Dan Perlindungan Konsumen*. Sukabumi: Haura Publishing, 2021.
- Meirani, Ni Kadek Neva Rastina, and Made Aditya Pramana Putra. "Indikasi Predatory Pricing Dalam Promosi Flash Sale Pada E-Commerce Sebagai Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Jurnal Kertha Wicara* 11, no. 11 (2022): 1731–1744.
- Nazhari, Akhmad Farhan, and Naufal Irkham. "Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing Dan Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Industri E-Commerce." *Jurnal Persaingan Usaha* 3, no. 1 (2023): 19–31.
- Nur Hayati, Adis. "Analisis Tantangan Dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21, no. 1 (2021): 109.
- Pritasari, Maria Eleonora Novena. "Analysis of Used Clothing Business Competition with Predatory Pricing in the Local Clothing Industry." *Jurnal Cakrawala Hukum* 13, no. 3 (2022): 291–299.
- Raharjo, Satjipto. *Sosiologi Hukum Perkembangan Metode Dan Pilihan Masalah*. Yogyakarta: Genta Publishing, 2010.
- Rahayu, Adinda Suci, and Suherman. "Analisis Dugaan Praktek Jual Rugi Produk Impor Melalui Situs E-Commerce Shopee." *UNES Law Review* 4, no. 4 (2022): 430–448.
- Saputri, Respi, Asep Muhamad Ramdan, and Nor Norisanti. "Peran Flash Sale Dalam Memediasi Hubungan Sales Promotion Terhadap Keputusan Belanja Online." *Syntax Idea* 2, no. 6 (2020): 108–116.

- Savier, Alem, Teddy Prima Anggriawan, and Aldira Mara Ditta Caesar Purwanto. "Fenomena Predatory Pricing Dalam Persaingan Usaha Di E Commerce (Studi Kasus Antara Penetapan Tarif Bawah Antara Aplikasi Indrive Dan Gojek)." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 14 (2023): 64–77.
- Sutanto, Vincentius Eric. "Analisis Pendekatan Rules of Reason Dalam Kasus Praktik Predatory Pricing (Studi Kasus Putusan Nomor 03/KPPU-L/2020)." *Wajah Hukum* 7, no. 1 (2023): 17.
- Syahla, Rasyifa, and Ratna Januarita. "Dugaan Predatory Pricing Dalam Praktik Promosi Dengan Metode Flash Sale Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Bandung Conference Series: Law Studies* 2, no. 1 (2022): 450–456. <https://doi.org/10.29313/bcsls.v2i1.880>.
- Tanwir. "Konsep Etika Memenangkan Persaingan Usaha." *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 10, no. 1 (2018): 57–78.

**Peraturan Perundang-Undangan:**

- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.