

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 20 No 4 (2025): November

DOI: <https://doi.org/10.21070/ijler.v20i4.1385>

Article type: (Private Law)

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content.....	7

ISSN (ONLINE) 2598 9928



Website

INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC

PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 20 No 4 (2025): November

DOI: <https://doi.org/10.21070/ijler.v20i4.1385>

Article type: (Private Law)

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright  Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 20 No 4 (2025): November

DOI: <https://doi.org/10.21070/ijler.v20i4.1385>

Article type: (Private Law)

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Wisnu Panggah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy , Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

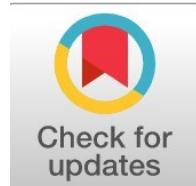
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

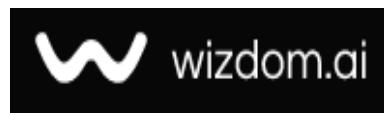
How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact ^(*)



Save this article to Mendeley



^(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Predatory Pricing in Indonesia's Digital Trade Ecosystem: An Analysis of Inhibiting Factors and the Ideal Model for Equitable Regulation

Predatory Pricing dalam Ekosistem Perdagangan Digital di Indonesia: Analisis Faktor Penghambat dan Model Ideal Pengaturan yang Berkeadilan

Deryl Leeland, derylvallent@gmail.com (1)

Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Tarumanagara, Indonesia

Richard C. Adam, richardc@fh.untar.ac.id (0)

Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Tarumanagara, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

General Background: Indonesia's rapidly expanding digital trade ecosystem has transformed market structures and intensified competition. **Specific background:** Within this environment, predatory pricing as a strategy of selling goods or services below cost to weaken competitors has become increasingly difficult to regulate due to digital platforms' unique cost structures, cross-subsidization, and algorithmic pricing. **Knowledge gap:** Indonesian competition law lacks clear benchmarks for determining below-cost pricing, exclusionary intent, and recoupment, creating uncertainty in enforcement, especially against foreign digital actors. **Aims:** This study analyzes normative and practical barriers to enforcing predatory pricing rules in e-commerce and proposes an equitable regulatory model. **Results:** The findings show unclear cost definitions, limited data transparency, dynamic promotional practices, jurisdictional constraints, and the absence of technical guidelines, all of which impede consistent legal assessment. **Novelty:** This research offers a multidimensional regulatory framework informed by comparative practices from the United States, European Union, and China, incorporating algorithmic transparency, structural market effects, and temporal indicators of exclusion. **Implications:** A more adaptive and comprehensive regulatory structure is needed to strengthen legal certainty, protect SMEs, prevent digital-market exclusion, and promote a fair and sustainable competitive environment in Indonesia's digital economy.

Highlights:

- The study exposes major gaps in Indonesia's legal standards for identifying below-cost pricing in digital markets.
- Enforcement is hindered by limited data access, dynamic promotional models, and cross-border platform operations.
- A new multidimensional regulatory model is proposed to ensure fairness, SME protection, and sustainable digital competition.

Keywords: Predatory Pricing, Digital Trade, Competition Law, E-Commerce Regulation, Legal Certainty

Published date: 2025-11-24 00:00:00

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada abad ke-21 telah membawa transformasi besar dalam dunia perdagangan. Salah satu bentuk nyata dari transformasi tersebut adalah munculnya perdagangan digital atau e-commerce yang menjadi tulang punggung baru dalam perekonomian global [1]. Perdagangan digital memberikan peluang bagi pelaku usaha, baik skala kecil maupun besar, untuk memasarkan produk secara lebih luas tanpa batasan ruang dan waktu. Kemudahan akses, efisiensi biaya, serta ragam pilihan yang ditawarkan membuat masyarakat semakin bergantung pada platform digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Fenomena ini juga terjadi di Indonesia, di mana adopsi perdagangan digital mengalami lonjakan signifikan, terutama sejak pandemi Covid-19 yang mempercepat digitalisasi di berbagai sektor.

Selama kurang lebih dua dekade terakhir, perdagangan digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Berdasarkan laporan e-Economy SEA yang disusun oleh Google, Temasek, serta Bain & Company pada tahun 2024, tercatat bahwa nilai ekonomi digital nasional telah mencapai angka 90 miliar dolar Amerika Serikat. Angka tersebut tidak berhenti di situ, melainkan diproyeksikan akan terus melonjak hingga berada dalam kisaran 200 sampai 300 miliar dolar pada tahun 2030 [2]. Kecenderungan ini tidak dapat dilepaskan dari semakin meluasnya akses masyarakat terhadap jaringan internet, tingginya penetrasi penggunaan telepon pintar, serta meningkatnya rasa percaya publik terhadap berbagai bentuk transaksi yang berlangsung secara daring.

Dalam konteks hukum dan praktik perdagangan modern, Niniek Suparni sebagaimana dikutip oleh Rifka Pratiwi Ardikha Putri dan Neni Ruhaeni mengemukakan bahwa seluruh kegiatan usaha yang melibatkan konsumen, produsen, penyedia jasa, maupun pihak perantara, sepanjang dijalankan dengan memanfaatkan jaringan komputer, dapat digolongkan sebagai bentuk electronic commerce atau e-commerce [3]. Konsep e-commerce sendiri merupakan buah perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, yang menjadikan internet sebagai medium utama untuk menyelenggarakan aktivitas perdagangan secara nontatap muka. Melalui mekanisme tersebut, transaksi jual beli, distribusi barang, hingga sistem pembayaran dapat dilakukan tanpa kehadiran fisik para pihak, melainkan cukup dengan mengandalkan teknologi digital, baik dalam bentuk toko daring, dompet elektronik, maupun sistem transfer pembayaran digital.

Dalam dinamika pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia, sektor perdagangan elektronik atau e-commerce menempati posisi yang dominan sebagai penggerak utama. Kehadiran berbagai platform dagang daring seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan sejumlah penyedia layanan serupa telah menjelma menjadi bagian integral dari keseharian masyarakat. Kecenderungan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian barang maupun jasa secara digital semakin menguat, didorong oleh kemudahan akses, efisiensi waktu, serta beragam insentif yang ditawarkan, mulai dari fasilitas pengiriman gratis hingga potongan harga yang kompetitif. Kondisi tersebut menegaskan bahwa e-commerce tidak lagi sekadar dipandang sebagai pilihan alternatif, melainkan telah bertransformasi menjadi kebutuhan pokok yang menopang aktivitas ekonomi nasional. Selain memberikan dampak signifikan terhadap percepatan sirkulasi ekonomi, e-commerce juga menghadirkan kontribusi nyata terhadap perluasan inklusi ekonomi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (yang untuk selanjutnya disebut dengan "UMKM") yang sebelumnya terbatas pada jangkauan pasar lokal kini memperoleh ruang untuk memperluas akses pemasaran hingga ke tingkat nasional bahkan lintas negara.

Dewasa ini perkembangan pesat sektor e-commerce tidak sepenuhnya bebas dari konsekuensi hukum maupun sosial ekonomi. Pertumbuhan yang demikian cepat memunculkan tantangan serius, terutama dalam aspek persaingan usaha. Salah satu praktik yang sering kali muncul dalam ekosistem perdagangan digital adalah penjualan barang atau jasa di bawah harga pokok penjualan (predatory pricing). Predatory pricing dipahami sebagai strategi harga yang sengaja ditetapkan sangat rendah, bahkan di bawah biaya produksi, dengan tujuan untuk menguasai pasar, mengeliminasi pesaing, dan menciptakan hambatan masuk bagi pelaku baru. Praktik ini sekilas tampak menguntungkan bagi konsumen karena mendapatkan harga murah, tetapi dalam jangka panjang dapat menimbulkan kerugian serius apabila pesaing tersingkir dan pelaku usaha dominan menaikkan harga secara sepihak setelah memperoleh kekuasaan pasar.

Di Indonesia, praktik predatory pricing memiliki dimensi hukum yang kompleks. Secara normatif, pengaturan mengenai larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (yang untuk selanjutnya disebut dengan "UU Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat"). Pasal 20 undang-undang tersebut secara tegas melarang pelaku usaha melakukan praktik penetapan harga di bawah biaya produksi yang berpotensi menyingkirkan pesaing dari pasar bersangkutan. Dalam konteks ini, predatory pricing dipandang sebagai bentuk distorsi pasar yang merugikan iklim usaha dan konsumen. Selain itu, aspek perlindungan konsumen juga menjadi relevan, karena praktik ini dapat mengakibatkan konsumen kehilangan pilihan, menghadapi harga monopoli, dan menjadi korban eksplorasi pasar. Oleh sebab itu, keterkaitan antara norma hukum persaingan usaha dan perlindungan konsumen menjadi hal yang perlu dikaji secara mendalam.

Berkaca daripada hal tersebut maka seyogyanya pengaturan hukum yang adil dan proporsional menjadi sangat penting, agar perkembangan e-commerce tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi semata, melainkan juga memastikan adanya perlindungan terhadap kepentingan pelaku usaha kecil dan konsumen sebagai subjek utama dalam ekosistem digital. Namun demikian, terdapat perdebatan di kalangan akademisi maupun praktisi

hukum mengenai kriteria yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi predatory pricing dalam pengaturan hukum. Salah satu tantangan utama adalah menentukan apakah suatu harga yang rendah benar-benar dimaksudkan untuk menyingkirkan pesaing atau sekadar strategi promosi yang wajar. Dalam praktiknya, pembuktian predatory pricing memerlukan analisis ekonomi yang kompleks, termasuk menghitung struktur biaya, harga jual, serta dampak jangka panjang terhadap pasar. Keterbatasan instrumen hukum dan kapasitas lembaga penegak hukum di Indonesia sering kali membuat praktik ini sulit ditindak secara efektif. Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai sejauh mana norma hukum yang ada saat ini mampu menjawab tantangan predatory pricing di era perdagangan digital.

Urgensi penelitian ini semakin tinggi ketika melihat praktik predatory pricing yang tidak hanya berdampak pada struktur pasar, tetapi juga berimplikasi pada tujuan hukum itu sendiri, yakni menciptakan keadilan, kepastian, dan kemanfaatan. Dalam perspektif keadilan, predatory pricing menimbulkan ketidakadilan karena memanfaatkan kekuatan modal besar untuk menyingkirkan pelaku usaha kecil. Dalam perspektif kepastian hukum, praktik ini menantang implementasi norma hukum karena sering kali sulit dibuktikan. Sementara dalam perspektif kemanfaatan, meskipun konsumen mendapat keuntungan harga murah dalam jangka pendek, kerugian jangka panjang berupa monopoli harga dan hilangnya inovasi justru lebih besar. Oleh karena itu, pengkajian penerapan norma hukum terhadap predatory pricing menjadi krusial untuk memastikan bahwa hukum dapat berfungsi sebagai instrumen perlindungan dan pengaturan yang adil.

Atas dasar pertimbangan tersebut, peneliti merasa perlu untuk mengarahkan perhatiannya pada suatu kajian yang lebih mendalam mengenai praktik predatory pricing dalam lanskap perdagangan digital di Indonesia. Fenomena ini tidak hanya menyingkap aspek persaingan usaha yang timpang, tetapi juga menimbulkan persoalan fundamental terkait efektivitas norma hukum yang ada serta bagaimana norma tersebut diterapkan di ruang digital yang dinamis. Oleh karena itu, penelitian ini dituangkan dengan judul "Predatory Pricing dalam Ekosistem Perdagangan Digital di Indonesia: Analisis Faktor Penghambat dan Model Ideal Pengaturan yang Berkeadilan". Judul tersebut merefleksikan fokus kajian yang berangkat dari dua pokok permasalahan yang saling berkaitan. Pertama, bagaimana hambatan normatif maupun praktis dalam penerapan ketentuan hukum terkait praktik penjualan di bawah harga pokok penjualan predatory pricing ketika terjadi di ranah perdagangan digital, yang notabene memiliki karakteristik berbeda dibandingkan dengan perdagangan konvensional. Kedua, bagaimana merumuskan suatu model ideal pengaturan predatory pricing yang tidak hanya memenuhi aspek kepastian hukum, melainkan juga mengedepankan asas keadilan dan keberimbangan kepentingan, baik bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha kecil dan menengah, maupun konsumen sebagai pihak yang terdampak langsung.

Metode

Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode yuridis normatif, yaitu suatu pendekatan penelitian hukum yang menitikberatkan pada kajian terhadap norma-norma tertulis yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan serta literatur hukum yang relevan [4]. Data yang digunakan sepenuhnya merupakan data sekunder, yang terdiri atas bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang terkait langsung dengan isu penelitian, serta bahan hukum sekunder berupa doktrin, literatur hukum, jurnal akademik, dan hasil penelitian terdahulu. Seluruh bahan hukum tersebut diperoleh melalui teknik penelitian kepustakaan (library research) dengan menelaah berbagai sumber otoritatif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai permasalahan yang diangkat.

Dalam kerangka analisis, penelitian ini memanfaatkan pendekatan peraturan perundang-undangan (statute approach) untuk mengidentifikasi dan menafsirkan norma-norma hukum positif yang berlaku, serta pendekatan konseptual (conceptual approach) untuk menggali pemikiran dan pandangan para sarjana hukum yang dapat memperkaya argumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deduktif, yakni penarikan kesimpulan dari kaidah umum dalam sistem hukum menuju jawaban yang lebih spesifik terhadap permasalahan hukum yang menjadi objek kajian. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan landasan yuridis yang kuat sekaligus penalaran akademik yang sistematis dalam menjawab isu terkait kedudukan dan perlindungan hukum bagi investor asing di Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

A. Hambatan Normatif Maupun Praktis dalam Penerapan Ketentuan Hukum Terkait Praktik Penjualan di Bawah Harga Pokok Penjualan Predatory Pricing Ketika Terjadi di Ranah Perdagangan Digital

1. Hambatan

a. Hambatan Normatif

1) Definisi dan Elemen Hukum yang Belum Spesifik

Pasal 20 UU Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat secara tegas melarang pelaku usaha untuk

[ISSN 2598 9928 \(online\)](https://ijler.umsida.ac.id), <https://ijler.umsida.ac.id>, published by [Universitas Muhammadiyah Sidoarjo](https://ijler.umsida.ac.id)

Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

melakukan pemasokan barang dan/atau jasa melalui praktik jual rugi atau penetapan harga yang sangat rendah dengan tujuan menyingkirkan atau mematikan pesaing. Akan tetapi, norma tersebut tidak memberikan penjelasan rinci mengenai bagaimana tolok ukur "harga pokok" seharusnya ditentukan dalam praktik, khususnya dalam konteks perdagangan digital yang memiliki karakteristik biaya berbeda dari sektor konvensional. Pertanyaan mendasar yang muncul ialah apakah yang dimaksud dengan harga pokok dalam norma tersebut hanya sebatas biaya variabel (variable cost), ataukah juga mencakup biaya tetap (fixed cost). Dalam industri digital, perbedaan ini sangat signifikan karena struktur biaya cenderung ditandai oleh biaya tetap yang tinggi, seperti pengembangan perangkat lunak, infrastruktur teknologi, dan biaya riset, sementara biaya variabel relatif rendah untuk setiap unit tambahan layanan atau barang yang dijual.

Lebih lanjut, muncul pula problem metodologis dalam menentukan komponen biaya yang relevan: apakah biaya promosi, subsidi logistik, atau user acquisition cost harus dihitung sebagai bagian dari harga pokok penyediaan jasa digital, ataukah dikecualikan sebagai strategi pemasaran. Ketiadaan kejelasan definisi ini menimbulkan tantangan besar dalam penegakan hukum persaingan usaha, karena analisis predatory pricing sangat bergantung pada pembuktian bahwa harga jual berada di bawah biaya. Tanpa standar yang seragam mengenai perhitungan biaya dalam industri digital, interpretasi Pasal 20 berpotensi bervariasi, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum baik bagi pelaku usaha maupun aparat penegak hukum dalam menentukan apakah suatu strategi harga rendah merupakan bentuk persaingan sehat atau pelanggaran hukum persaingan.

2) Rule of Reason Versus Pendekatan Bright-Line / Per Se Illegal

Pendekatan hukum persaingan di Indonesia cenderung mengadopsi pendekatan rule of reason, yakni suatu tindakan baru dianggap melanggar jika efeknya merugikan persaingan secara nyata (termasuk analisis perilaku, konteks pasar, kapasitas pelaku usaha, durasi, dan dampak) [5]. Itu berbeda dengan pendekatan per se illegal, di mana beberapa praktik otomatis dianggap melanggar tanpa perlu membuktikan efek secara mendalam. Kekaburuan muncul karena norma tidak menjadikan predatory pricing sebagai tindakan yang selalu otomatis dilarang; harga di bawah cost belum tentu melanggar jika tidak dibarengi niat atau efek merugikan.

3) Ketidakjelasan Yurisdiksi dan Subjek Hukum

Secara normatif, ketentuan dalam UU Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ditujukan untuk mengatur perilaku pelaku usaha yang beroperasi di wilayah hukum Indonesia. Namun, dalam era perdagangan digital, situasi menjadi lebih kompleks karena banyak barang dan jasa ditawarkan oleh pelaku usaha asing atau perusahaan multinasional melalui platform digital yang dapat diakses langsung oleh konsumen di Indonesia. Persoalannya, regulasi persaingan usaha yang ada belum sepenuhnya memberikan kepastian hukum mengenai bagaimana yurisdiksi Indonesia dapat menjangkau dan menindak pelaku usaha luar negeri yang melakukan praktik predatory pricing secara daring terhadap pasar domestik.

Kekosongan pengaturan ini menimbulkan problematika serius, mengingat transaksi lintas batas (cross-border) yang difasilitasi oleh e-commerce semakin intensif. Terdapat potensi tumpang tindih dengan rezim hukum lain, seperti hukum antidumping yang biasanya digunakan untuk menanggulangi praktik penjualan barang impor di bawah harga normal, regulasi impor yang mengatur lalu lintas barang ke dalam negeri, kebijakan pungutan bea masuk, hingga aturan mengenai e-commerce yang dalam perkembangannya belum secara spesifik mengatur mengenai predatory pricing. Tumpang tindih ini memperlihatkan adanya kelemahan koordinasi regulasi yang dapat berujung pada ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha maupun aparat penegak hukum [6].

4) Kurangnya Pedoman / Regulasi Pelengkap

Meskipun KPPU pernah menyatakan tengah merancang suatu pedoman (guideline) khusus terkait penerapan pasal mengenai predatory pricing guna memberikan kejelasan interpretasi sekaligus mempermudah proses penegakan hukum, hingga kini pedoman tersebut belum sepenuhnya tersedia maupun teruji secara yuridis di hadapan pengadilan [7]. Ketiadaan pedoman ini menimbulkan implikasi serius terhadap efektivitas penegakan hukum persaingan usaha, karena baik aparat penegak hukum maupun pihak-pihak yang merasa dirugikan mengalami kesulitan dalam menentukan titik batas kapan suatu strategi harga rendah masih dapat dikategorikan sebagai promosi atau strategi bisnis yang sah, dan kapan strategi tersebut telah melampaui batas hingga menjadi praktik predatory pricing yang dilarang oleh hukum.

Tanpa kehadiran pedoman yang jelas, interpretasi terhadap pasal predatory pricing cenderung bersifat kasuistik dan tidak konsisten, yang pada akhirnya dapat melemahkan asas kepastian hukum (legal certainty). Hal ini bukan hanya berpotensi mengurangi kepercayaan pelaku usaha terhadap otoritas persaingan, tetapi juga menyulitkan hakim ketika diminta menilai apakah suatu kasus benar-benar memenuhi unsur-unsur predatory pricing sebagaimana diatur dalam norma. Oleh karena itu, kehadiran pedoman resmi yang disusun secara komprehensif dan teruji secara praktik menjadi kebutuhan mendesak dalam rangka memperkuat rezim penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia.

b. Hambatan Praktis

1) Kesulitan Memperoleh Data / Transparansi Biaya

Dalam membuktikan adanya praktik penjualan di bawah biaya produksi atau biaya variabel dalam kerangka hukum persaingan usaha, dibutuhkan data internal perusahaan yang sifatnya sangat rinci dan sensitif. Data tersebut antara lain mencakup komponen biaya variabel, biaya tetap, margin keuntungan, biaya logistik, hingga beban promosi dan subsidi. Dalam konteks usaha berbasis digital, unsur biaya yang relevan bahkan menjadi lebih kompleks dengan adanya user acquisition cost yang sering kali signifikan dalam strategi bisnis. Permasalahan muncul karena sebagian besar perusahaan, khususnya di sektor digital, tidak bersedia membuka data internal tersebut secara transparan.

Selain itu, aktivitas promosi atau pemberian subsidi kerap bersifat sementara, fluktuatif, dan sangat dipengaruhi oleh dinamika strategi pemasaran, sehingga menyulitkan proses pembuktian secara konsisten. KPPU sendiri telah menegaskan bahwa penyelidikan terhadap dugaan predatory pricing memerlukan waktu yang cukup panjang, mengingat perlunya analisis terhadap biaya rata-rata (average cost) untuk menilai apakah harga jual benar-benar berada di bawah biaya produksi. Hambatan utama terletak pada keterbatasan akses terhadap data perusahaan yang esensial bagi proses analisis tersebut [8].

2) Dinamika Promosi Digital yang Bersifat Temporer / Musiman

Fenomena maraknya strategi promosi dalam platform e-commerce, seperti flash sale, diskon besar dalam jangka waktu terbatas, pemberian voucher, gratis ongkos kirim, hingga skema bundling produk, menimbulkan pertanyaan apakah praktik tersebut dapat serta-merta dikualifikasikan sebagai bentuk predatory pricing. Secara normatif, promosi yang dilakukan dalam konteks wajar sebagai strategi pemasaran umumnya tidak dikategorikan sebagai pelanggaran hukum persaingan usaha. Suatu tindakan baru dapat dianggap sebagai predatory pricing apabila terdapat indikasi niat (intent) untuk menyingkirkan pesaing dari pasar serta terbukti menimbulkan dampak jangka panjang berupa peningkatan harga setelah pesaing tersingkir.

Permasalahannya terletak pada kesulitan membedakan antara promosi sebagai aktivitas pemasaran biasa dengan strategi jangka panjang yang dirancang untuk merusak struktur pasar dan mengeliminasi pesaing. Hal ini diperparah dengan sifat promosi di sektor digital yang sangat dinamis, sering kali berbentuk kampanye jangka pendek, dan tidak selalu diikuti oleh pola kenaikan harga ketika pesaing keluar dari pasar. Beberapa penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa mekanisme flash sale, misalnya, belum memenuhi elemen predatory pricing, karena sifatnya yang temporer dan tidak disertai bukti adanya kenaikan harga atau penguasaan pasar yang signifikan setelah kompetitor melemah [9].

3) Skala, Kapasitas Modal dan Kekuasaan Pasar

Dalam konteks persaingan usaha, pelaku usaha besar, khususnya platform multinasional, umumnya memiliki sumber daya finansial dan struktural yang memungkinkan mereka menanggung kerugian dalam jangka pendek. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai mekanisme, seperti pemberian subsidi silang, dukungan modal yang besar, maupun integrasi vertikal dalam rantai pasok yang menekan biaya produksi. Kondisi tersebut menempatkan pelaku usaha kecil dan menengah, termasuk UMKM, dalam posisi yang sangat rentan karena mereka tidak memiliki kapasitas untuk menyaingi harga jual rendah yang ditawarkan oleh pelaku usaha besar. Namun demikian, untuk membuktikan adanya praktik predatory pricing, tidak cukup hanya menunjukkan adanya kerugian jangka pendek yang ditanggung oleh pelaku usaha dominan.

Pelaku usaha tersebut memiliki kekuatan pasar (market power) yang signifikan serta kapasitas untuk memulihkan kerugian (recoupment) setelah periode penjualan dengan harga di bawah biaya. Dengan kata lain, pembuktian predatory pricing mensyaratkan adanya bukti bahwa pelaku usaha bukan hanya sanggup menanggung kerugian sementara, tetapi juga mampu mengeliminasi pesaing dari pasar dan kemudian menaikkan harga untuk menutup kembali kerugian tersebut. Apabila tidak terdapat bukti yang memadai mengenai kemampuan tersebut, maka tuduhan predatory pricing akan sulit untuk dibuktikan secara yuridis, karena elemen penting berupa recoupment tidak terpenuhi [10].

4) Waktu dan Durasi dalam Penegakan Hukum

Praktik predatory pricing pada umumnya tidak dapat dilihat secara instan, melainkan membutuhkan durasi waktu yang cukup panjang agar dampaknya benar-benar terlihat. Efek yang menjadi indikator utama, seperti keluarnya pesaing dari pasar, kenaikan harga setelah periode penjualan rugi, atau perubahan struktur pasar yang menguntungkan pelaku usaha dominan, baru dapat terwujud setelah proses berkelanjutan. Oleh karena itu, penegakan hukum oleh KPPU menuntut adanya monitoring jangka panjang yang sistematis untuk memastikan apakah harga rendah yang ditawarkan memang ditujukan untuk menyingkirkan pesaing atau semata-mata bagian dari strategi bisnis yang wajar. Proses penyelidikan atas dugaan predatory pricing sering kali memakan waktu lama, mengingat kompleksitas pembuktian yang harus mencakup niat (intent), perilaku harga, serta dampak pasar dalam horizon waktu tertentu.

Hambatan juga muncul karena kerugian awal yang dialami pesaing atau pelaku usaha kecil tidak selalu segera terekspos, atau tidak dilaporkan secara efektif kepada otoritas. Misalnya, dalam kasus dugaan predatory pricing oleh

[ISSN 2598 9928 \(online\)](https://ijler.umsida.ac.id), <https://ijler.umsida.ac.id>, published by [Universitas Muhammadiyah Sidoarjo](https://ijler.umsida.ac.id)

Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

Starlink, KPPU hingga kini masih berada dalam tahap kajian awal dan belum dapat menyimpulkan secara pasti apakah harga rendah yang ditawarkan merupakan bentuk predatory pricing atau hanya strategi promosi dan penetrasi pasar [11]. Hal ini dikarenakan belum terdapat bukti memadai mengenai adanya niat mematikan pesaing maupun efek jangka panjang berupa penguasaan pasar setelah pesaing keluar.

5) Teknologi dan Inovasi Model Bisnis Baru

Model bisnis digital sering menggunakan strategi subsidisasi silang (cross-subsidization), penggunaan algoritma harga, dynamic pricing, free trial (versi gratis) untuk menarik basis pengguna baru, atau bahkan biaya nol untuk layanan dasar. Semua ini dapat tampak sebagai harga sangat rendah tetapi bukan untuk tujuan mematikan pesaing melainkan untuk penetrasi pasar, skala ekonomi, atau pertumbuhan pengguna. Hukum persaingan tradisional kadang belum siap menyesuaikan dengan strategi-strategi ini, sehingga ada risiko interpretasi yang keliru atau over-enforcement.

6) Penegakan Terhadap Pelaku Asing dan Perdagangan Lintas Batas

Dalam ekosistem perdagangan modern, platform digital dan pelaku usaha asing memiliki kemampuan untuk melakukan kegiatan transaksi langsung kepada konsumen di Indonesia tanpa perlu menghadirkan bentuk physical presence di wilayah yurisdiksi nasional. Situasi ini menimbulkan tantangan signifikan bagi pemerintah dalam penegakan hukum, mengingat instrumen regulasi memiliki keterbatasan dalam menjangkau subjek hukum yang beroperasi di luar kedudukan teritorial negara. Hambatan tersebut termanifestasi dalam kesulitan untuk menegakkan yurisdiksi, memaksa pelaku usaha untuk menyerahkan data operasional, menghadiri proses litigasi di Indonesia, atau tunduk pada sanksi administratif maupun pidana sesuai ketentuan perundang-undangan.

7) Potensi Efek Negatif Bila Regulasi Terlalu Ketat

Apabila suatu norma diterapkan secara kaku tanpa mempertimbangkan konteks ekonomi dan tujuan komersial yang sah, maka hal tersebut berpotensi menimbulkan chilling effect terhadap dinamika persaingan usaha. Pelaku usaha dapat menjadi enggan menjalankan strategi pemasaran yang lazim, seperti pemberian potongan harga atau penyelenggaraan promosi tertentu, karena khawatir tindakannya disalahartikan sebagai praktik predatory pricing. Kondisi demikian pada akhirnya dapat menimbulkan dampak negatif bagi konsumen, mengingat hilangnya inisiatif kompetitif akan berpengaruh pada tingkat harga yang cenderung tetap tinggi serta kurangnya pilihan produk atau layanan di pasar. Oleh karena itu, penegakan norma persaingan usaha harus dilakukan secara proporsional, dengan pemahaman yang tepat mengenai perbedaan antara strategi komersial yang wajar dalam kerangka persaingan sehat dan perilaku yang memang bertujuan menyingkirkan pelaku usaha lain dari pasar secara tidak sah.

B. Model Ideal Pengaturan Predatory Pricing

Sejatinya pengawasan terhadap praktik predatory pricing dalam sektor perdagangan digital memerlukan kerangka regulasi yang lebih spesifik dan adaptif sebab mengingat karakteristik e-commerce berbeda secara mendasar dari pasar konvensional. Penerapan ketentuan umum dalam hukum persaingan usaha kerap dianggap belum cukup untuk menjangkau kompleksitas strategi harga dalam platform digital yang sangat dinamis dan didukung oleh kekuatan modal besar. Di Indonesia, misalnya, KPPU secara konsisten menegaskan bahwa pemberlakuan harga rendah tidak dengan sendirinya memenuhi unsur praktik predatory pricing. Untuk dapat dikualifikasikan sebagai tindakan anti-persaingan, harus dibuktikan adanya beberapa elemen penting, antara lain penerapan harga di bawah struktur biaya (below cost pricing), adanya intent atau niat pelaku usaha untuk menyingkirkan pesaing dari pasar, serta kemampuan pelaku usaha yang bersangkutan untuk kemudian memulihkan kerugian dengan cara menaikkan harga setelah kompetitor tersingkir dan kontrol pasar berhasil diperoleh [12].

Pemerintah sebenarnya telah menunjukkan kesadaran terhadap kompleksitas pengawasan praktik harga dalam ekosistem perdagangan digital. Hal ini tercermin salah satunya melalui inisiatif pembentukan Satuan Tugas Transformasi Digital yang memiliki mandat untuk memantau tindakan yang berpotensi merugikan pelaku UMKM, terutama akibat masuknya produk impor dengan harga sangat rendah melalui platform marketplace [13]. Upaya tersebut menunjukkan adanya komitmen negara dalam menjaga iklim usaha yang adil di tengah persaingan digital lintas batas.

Namun demikian, tantangan normatif dan teknis masih sangat besar. Pemerintah memerlukan instrumen yang mampu menentukan secara objektif apakah harga rendah yang diberlakukan pelaku usaha benar merupakan strategi predatory pricing atau sekadar kebijakan komersial yang sah. Untuk itu, dibutuhkan standar penilaian yang jelas mengenai struktur biaya pokok produksi, lamanya periode kerugian yang ditoleransi dalam praktik penjualan, serta pengujian atas potensi pemulihan kerugian (recoupment test) setelah pesaing tersingkir dari pasar. Selain itu, proses pengumpulan data dalam ekonomi digital tidaklah sederhana. Transparansi harga seringkali tersamarkan oleh berbagai taktik pemasaran modern seperti diskon agresif, pemberian voucher, flash sale, subsidi ongkos kirim, hingga penerapan algoritma penentuan harga yang bersifat dinamis dan tidak mudah terdeteksi. Kondisi ini menjadi hambatan serius bagi otoritas dalam membangun bukti yang kuat dan akurat untuk menilai adanya perilaku anti-persaingan.

Dalam hukum persaingan usaha Amerika Serikat, parameter predatory pricing ditegaskan melalui putusan Brooke Group Ltd. v. Brown & Williamson Tobacco Corp. (1993). Putusan ini mensyaratkan dua elemen pembuktian yang

bersifat kumulatif. Elemen pertama adalah bahwa harga yang ditetapkan berada di bawah biaya relevan sehingga secara objektif mencerminkan adanya pengorbanan profit jangka pendek yang tidak rasional kecuali untuk tujuan eksklusif menyingkirkan pesaing. Elemen kedua adalah terdapat probabilitas yang realistik dan substansial bahwa pelaku usaha mampu memulihkan kerugian (recoupment) melalui peningkatan harga secara eksesif setelah struktur pasar terkonsolidasi dan pesaing tersingkir. Tanpa kemampuan recoupment, tindakan menjual di bawah biaya dinilai tidak menimbulkan kerugian antipersaingan yang nyata, melainkan hanya menjadi bagian dari persaingan harga agresif yang pada prinsipnya dilindungi oleh hukum karena memberikan manfaat langsung bagi konsumen. Oleh sebab itu, Brooke Group menjadi pijakan penting dalam membedakan antara kompetisi harga yang sah dan strategi predasi yang merusak pasar.

Di Uni Eropa, respons regulasi terhadap predatory pricing dan praktik eksklusi digital berkembang melalui kombinasi pendekatan *ex post* berbasis antitrust dan *ex ante* obligations dalam Digital Markets Act (DMA). Pendekatan ini tumbuh dari sejumlah kasus yang menunjukkan bahwa strategi harga agresif dalam ekosistem digital dapat menjadi mekanisme gatekeeping yang menyingkirkan pesaing secara sistemik [14]. Kasus Google Shopping (2017) menunjukkan bagaimana platform dapat memanfaatkan dominasi pasar pencarian untuk memberikan preferensi pada layanan internal melalui promosi dan strategi penawaran harga yang sangat kompetitif sehingga kemampuan platform pesaing untuk bertahan di pasar menjadi lemah.

Walaupun isu yang disorot dalam perkara tersebut lebih berfokus pada self-preferencing, aspek pricing tetap berperan sebagai instrumen eksklusi karena visibilitas layanan kompetitor secara ekonomi tergerus. Investigasi terhadap Amazon Marketplace (2020) juga memperlihatkan adanya risiko predatory cross-subsidization. Amazon mampu memberikan diskon agresif dan subsidi biaya logistik dalam jangka panjang karena ditunjang oleh pendapatan dari bisnis lain seperti AWS dan biaya layanan marketplace. Pesaing yang tidak memiliki sumber pendanaan serupa sulit bertahan, sehingga struktur pasar berpotensi menjadi semakin terkonsentrasi pada satu pelaku dominan.

Di sektor transportasi, perkara yang melibatkan Uber di beberapa yurisdiksi Eropa mengindikasikan adanya strategi harga jauh di bawah biaya operasional industri konvensional. Setelah banyak pemain tradisional terdorong keluar, platform berpotensi meningkatkan tarif dalam kondisi struktur pasar yang sudah sangat terkonsentrasi. Pola ini sejalan dengan konsep recoupment sebagaimana dikembangkan dalam Brooke Group Test di Amerika Serikat. Kasus-kasus tersebut menunjukkan bahwa harga sangat rendah dalam pasar digital bukan semata strategi promosi yang menguntungkan konsumen dalam jangka pendek, tetapi dapat menjadi instrumen eksklusi yang mengandalkan model bisnis multiproduk, ketergantungan penjual pada platform, serta kemampuan diskriminasi harga berbasis data. Oleh karena itu, hukum Uni Eropa melalui DMA memperkuat pengawasan terhadap platform besar dengan mewajibkan transparansi mekanisme harga dan melarang praktik eksklusi berbasis dominasi platform, sehingga proses penegakan terhadap predatory pricing tidak lagi hanya bertumpu pada pembuktian matematis mengenai biaya dan harga yang selama ini sangat sulit dilakukan.

Dalam konteks Indonesia, pelajaran dari pengalaman Uni Eropa tersebut sangat relevan mengingat fenomena dominasi marketplace dan strategi subsidi harga agresif oleh platform asing yang berpotensi melemahkan daya saing UMKM domestik. Model pembuktian yang selama ini menitikberatkan pada tiga unsur utama — harga di bawah biaya, adanya niat untuk menyingkirkan pesaing, serta kemampuan melakukan recoupment — berisiko menyulitkan penegakan hukum dalam kasus-kasus eksklusi digital yang kompleks dan dinamis. Dampak persaingan tidak sehat pada ranah online sering kali muncul lebih cepat dari kemampuan regulator untuk mengumpulkan bukti teknis, sementara struktur pasar dan keberlangsungan pelaku usaha lokal sudah mengalami distorsi yang nyata. Oleh karena itu, pendekatan regulasi yang terlalu sempit pada unsur formal predatory pricing perlu dikaji ulang agar dapat menjangkau strategi eksklusi berbasis algoritma, subsidi silang, atau kontrol terhadap akses pasar yang sering tidak kasatmata namun sama merusaknya bagi ekosistem persaingan.

Di Tiongkok, penegakan hukum persaingan terhadap platform digital berkembang semakin agresif seiring meningkatnya dominasi pemain besar dalam sektor e-commerce. Pemerintah menyadari bahwa perilaku bisnis platform mampu mengatur aliran transaksi dan harga secara struktural, sehingga regulasi antimonopoli mulai diarahkan secara lebih spesifik pada risiko eksklusi digital, termasuk strategi harga yang terlalu rendah dan penyalahgunaan kekuatan pasar melalui kontrak yang tidak seimbang. Salah satu langkah konkret tampak dalam rancangan aturan yang diterbitkan oleh National Development and Reform Commission, yang mewajibkan platform menerapkan transparansi dalam penetapan harga, standar yang adil dalam hubungan kontraktual dengan merchant, serta kewajiban untuk memberitahukan secara terbuka setiap perubahan kebijakan harga yang berdampak pada keberlangsungan pedagang. Kebijakan tersebut secara normatif ditujukan untuk mencegah praktik manipulasi harga dan pemakaian syarat perdagangan yang dapat mengunci merchant bergantung pada satu ekosistem platform [15].

Penegakan terhadap Alibaba pada 2021—melalui sanksi administrasi sebesar kurang lebih USD 2,75 miliar—menjadi preseden penting yang menegaskan posisi negara terhadap perilaku antipersaingan di pasar digital [16]. Salah satu pelanggaran utama dalam kasus tersebut adalah penerapan eksklusivitas paksaan yang melarang merchant melakukan promosi di platform kompetitor, sehingga harga murah dan insentif yang ditawarkan Alibaba bukan lagi sekadar bentuk kompetisi sehat, melainkan instrumen eksklusi yang melemahkan struktur persaingan secara sistemik. Dengan memanfaatkan posisi dominan, platform dapat mengendalikan arus perdagangan daring dan secara tidak langsung menentukan harga yang harus diikuti merchant. Setelah jaringan pesaing tersisih atau kehilangan basis pedagang, risiko recoupment melalui kenaikan biaya dan komisi menjadi sangat mungkin terjadi.

Bertolak dari pendekatan komparatif, perumusan suatu model regulasi yang ideal mengenai praktik predatory pricing dalam ranah e-commerce di Indonesia—serta bagi yurisdiksi dengan ekosistem ekonomi digital yang tengah berkembang—harus menempatkan kepastian norma dan kejelasan parameter pembuktian sebagai fondasi utama. Regulasi perlu memberikan definisi yang tegas dan operasional mengenai harga di bawah biaya (selling below cost), disertai kriteria kuantitatif yang dapat diukur secara objektif, sehingga tidak membuka ruang interpretasi berlebihan yang justru berpotensi menimbulkan chilling effect terhadap inovasi harga dan promosi yang sah. Penilaian biaya relevan hendaknya tidak hanya memperhitungkan biaya variabel konvensional, tetapi juga komponen biaya yang secara inheren melekat pada model bisnis digital seperti pembiayaan promosi algoritmik, biaya langganan layanan platform, ongkos logistik yang disubsidi dalam jangka panjang, pemberian voucher dan cashback, serta mekanisme subsidisasi silang antar lini usaha (cross-subsidization) yang dapat mengubah struktur persaingan pasar secara signifikan.

Selain itu, regulasi juga perlu menetapkan tolok ukur terkait pembuktian adanya niat eksklusi dan kemampuan pelaku usaha dominan untuk melakukan pemulihian kerugian pasca eliminasi pesaing. Dalam konteks digital, recoupment tidak hanya terwujud melalui kenaikan harga barang atau jasa, tetapi dapat dilakukan melalui peningkatan komisi platform, penarikan akses data terhadap penjual, pengurangan diskon secara bertahap setelah ketergantungan merchant terbentuk, serta penguasaan preferensi konsumen melalui pengaturan algoritma yang tidak transparan. Oleh karenanya, penilaian risiko antipersaingan harus mengakomodasi dimensi struktural tersebut, bukan terbatas pada analisis matematis biaya-harga sebagaimana lazym digunakan dalam pasar konvensional. Pada saat yang sama, desain regulasi harus menjamin keseimbangan antara perlindungan persaingan dan pemeliharaan manfaat ekonomi digital bagi konsumen dan UMKM. Pemberlakuan standar yang terlalu tinggi dalam pembuktian predatory pricing dapat membuat berbagai praktik eksklusi digital luput dari pengawasan, sementara penerapan standar yang terlalu rendah berpotensi menghambat fleksibilitas harga sebagai instrumen kompetisi yang sehat.

Di sisi lain, pengaturan mengenai predatory pricing dalam ranah e-commerce juga perlu memasukkan dimensi temporal sebagai indikator penting adanya strategi eksklusi pasar yang terencana. Harga yang sangat rendah dalam jangka waktu singkat sering kali merupakan bagian dari promosi kompetitif yang wajar, sementara penerapan harga di bawah biaya secara berkelanjutan dapat menjadi sinyal kuat adanya intensi untuk menggerus keberlangsungan pesaing. Oleh karena itu, lamanya periode pemberian harga murah harus menjadi unsur penilaian yang eksplisit dalam kerangka regulasi, bersamaan dengan pembuktian kemampuan pelaku usaha untuk melakukan recoupment, yaitu memulihkan kerugian jangka pendek setelah pesaing tersingkir melalui peningkatan harga secara eksploratif atau pengenaan biaya tambahan terhadap merchant dan konsumen. Lebih jauh lagi, regulasi yang progresif tidak semestinya berhenti pada batasan harga semata, melainkan perlu memperluas kewajiban pelaku usaha dominan terkait transparansi struktur harga dan strategi komersial di lingkungan digital. Transparansi tersebut harus mencakup keterbukaan atas basis perhitungan harga, mekanisme promosi dan diskon, serta algoritma penentuan harga yang digunakan oleh platform.

Dari perspektif keadilan persaingan, pengaturan predatory pricing harus mampu menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek yang layak memperoleh perlindungan dari praktik harga ekstrem yang dilakukan oleh pelaku usaha dominan dengan kemampuan finansial untuk menanggung kerugian dalam jangka waktu tertentu. Perlindungan tersebut bukan dimaksudkan untuk mengekang mekanisme kompetisi harga yang sah, melainkan untuk memastikan bahwa promosi dan diskon tetap menjadi instrumen kompetisi yang sehat, bukan alat eksklusi struktural yang melemahkan keberlangsungan pelaku usaha lokal. Praktik seperti flash sale atau potongan harga musiman pada prinsipnya dapat diterima, selama tidak berlangsung secara sistematis, berskala besar, dan ditujukan untuk menciptakan ketergantungan pasar yang berujung pada eliminasi pesaing domestik.

Asas keadilan dalam konteks ini juga menuntut agar kesejahteraan konsumen tidak dinilai secara sempit hanya pada manfaat harga murah di satu titik waktu tertentu. Regulasi perlu memproyeksikan dampak jangka panjang dari strategi harga eksklusi tersebut terhadap struktur pasar dan ketersediaan pilihan konsumen. Ketika pasar bergerak menuju oligopoli atau bahkan monopoli akibat tersingkirnya kompetitor melalui praktik predatory pricing, konsumen pada akhirnya berpotensi menghadapi kenaikan harga secara signifikan, penurunan kualitas layanan, keterbatasan akses produk, serta berkurangnya inovasi. Dengan demikian, keberpihakan terhadap persaingan yang adil merupakan bagian integral dari upaya menjaga keberlanjutan ekosistem digital yang inklusif dan berorientasi pada kepentingan publik dalam jangka panjang.

Kerangka pelaksanaan regulasi predatory pricing dalam ekosistem perdagangan digital perlu dirancang secara sistematis melalui pembentukan atau penugasan badan pengawas yang khusus dan berkompetensi tinggi—baik sebagai lembaga independen maupun sebagai unit tersendiri dalam struktur KPPU. Otoritas ini harus dibekali kapasitas teknis untuk melakukan penilaian dan verifikasi biaya secara presisi, menganalisis algoritma penetapan harga yang digunakan oleh platform, serta melakukan pemantauan kondisi pasar digital secara real time. Penguatan kelembagaan ini menjadi relevan karena praktik predatory pricing di era ekonomi digital tidak lagi muncul secara sederhana sebagai penetapan harga di bawah biaya, melainkan kerap disamaraskan melalui mekanisme yang kompleks. Strategi tersebut dapat berupa penggunaan algoritma promosi yang agresif dan adaptif, subsidi silang terhadap ongkos kirim, hingga manipulasi visibilitas atau peringkat produk di dalam platform.

Dalam konteks penegakan, regulasi predatory pricing dalam perdagangan digital tidak seharusnya sebatas memuat ancaman sanksi administratif berupa denda, tetapi juga perlu merumuskan instrumen remedial behaviour yang bersifat korektif sekaligus preventif. Upaya pemulihian tersebut dapat dilakukan, misalnya, melalui kewajiban bagi

pelaku usaha untuk membuka akses atau memperbaiki algoritma pencarian serta sistem promosi yang terbukti bersifat diskriminatif, atau dengan menyediakan ruang eksposur yang lebih proporsional bagi pelaku UKM yang selama ini terdampak praktik harga predatoris. Selain itu, regulasi harus menjamin adanya mekanisme pengaduan yang sederhana, inklusif, dan mudah diakses, sehingga tidak menimbulkan beban tambahan bagi pihak yang secara struktural lebih lemah—seperti UKM dan konsumen individu.

Dari sisi prosedur hukum, penting untuk memastikan bahwa keseluruhan mekanisme pengaturan dan penegakan predatory pricing berjalan berdasarkan prinsip transparansi, fairness, dan kepastian hukum. Kejelasan prosedural tersebut meliputi penentuan parameter mengenai kapan suatu strategi penetapan harga memenuhi kualifikasi sebagai praktik predatoris, tolok ukur yang digunakan untuk menilainya, jangka waktu investigasi yang wajar, serta pengaturan mengenai subjek yang memikul beban pembuktian dalam proses penegakan. Dengan demikian, pelaku usaha tidak beroperasi dalam ketidakpastian yang dapat menghambat inovasi bisnis, sementara konsumen memperoleh perlindungan yang konkret dari risiko struktur pasar yang timpang.

Lebih jauh, untuk menjaga keberimbangan antara kebutuhan mendorong pertumbuhan ekonomi digital dan perlindungan terhadap keberlanjutan persaingan, model regulasi perlu dirancang fleksibel namun tidak mudah untuk dielakkan. Fleksibilitas ini dapat dibangun melalui kombinasi antara pendekatan rule-based yang menetapkan parameter teknis secara terukur—seperti batasan selling below cost, periode harga rendah, atau indikator kemampuan recoupment—dengan pendekatan principle-based yang berlandaskan asas persaingan usaha yang sehat, asas proporsionalitas, serta asas non-diskriminasi. Dengan pendekatan hibrida semacam ini, regulator memiliki ruang untuk mengakomodasi perkembangan model bisnis digital yang dinamis, tanpa kehilangan efektivitas dalam mencegah penyalahgunaan posisi dominan melalui harga predatoris.

Terakhir, penyusunan regulasi predatory pricing dalam ekosistem perdagangan digital perlu mengedepankan partisipasi seluruh pemangku kepentingan. Keterlibatan pemerintah sebagai regulator, platform digital sebagai fasilitator pasar, pelaku UKM sebagai pihak yang paling rentan terhadap strategi harga eksklusi, serta konsumen sebagai penerima manfaat akhir, menjadi kunci untuk merumuskan kebijakan yang responsif terhadap kebutuhan pasar. Dengan peran serta multipihak tersebut, regulasi predatory pricing tidak hanya berfungsi sebagai instrumen hukum yang bersifat represif melalui pencegahan dan penindakan terhadap perilaku anti-persaingan, tetapi juga sebagai instrumen yang secara proaktif mendukung pembangunan ekosistem ekonomi digital yang adil, berimbang, dan berkelanjutan.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa praktik predatory pricing dalam ekosistem perdagangan digital Indonesia merupakan fenomena yang kompleks, baik dari aspek hukum maupun praktik bisnis. Secara normatif, ketentuan Pasal 20 UU Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sebenarnya telah melarang praktik penetapan harga di bawah biaya produksi untuk menyingkirkan pesaing, namun tidak memberikan tolok ukur yang jelas terkait definisi “harga pokok” dalam konteks perdagangan digital. Ketidakjelasan ini menimbulkan interpretasi yang berbeda-beda, sehingga menurunkan efektivitas penegakan hukum. Selain itu, masih terdapat kekosongan pedoman teknis yang dapat dijadikan acuan oleh aparat penegak hukum maupun pelaku usaha, yang berdampak pada lemahnya kepastian hukum.

Secara praktis, penegakan terhadap praktik predatory pricing menghadapi hambatan serius. Kesulitan utama terletak pada keterbatasan akses data internal perusahaan digital yang bersifat sensitif, dinamisnya strategi promosi seperti flash sale dan subsidi ongkos kirim, serta dominasi modal besar yang memungkinkan pelaku usaha besar menanggung kerugian dalam jangka pendek. Hal ini semakin diperparah dengan keterbatasan yurisdiksi ketika pelaku usaha asing melakukan praktik predatory pricing melalui platform digital yang beroperasi lintas batas. Akibatnya, pelaku usaha kecil dan menengah berada pada posisi yang rentan, sementara konsumen dalam jangka panjang berisiko menghadapi monopoli harga dan hilangnya variasi produk.

Guna menjawab tantangan tersebut, diperlukan model pengaturan predatory pricing yang ideal, yang tidak hanya berfokus pada kepastian hukum tetapi juga mengedepankan asas keadilan dan keberimbangan kepentingan. Model ini harus mencakup kejelasan definisi harga pokok, parameter objektif mengenai durasi dan recoupment, serta kewajiban transparansi data harga dan algoritma. Selain itu, penguatan kelembagaan KPPU dengan unit khusus yang memiliki kemampuan teknis untuk menganalisis biaya dan algoritma harga menjadi sangat penting. Dengan demikian, regulasi predatory pricing tidak hanya berfungsi sebagai instrumen represif, tetapi juga sebagai mekanisme korektif dan preventif yang dapat menciptakan ekosistem perdagangan digital yang adil, transparan, dan berkelanjutan di Indonesia.

Referensi

1. J. Matheus, “E-Arbitration: Digitization of Business Dispute Resolution in the E-Commerce Sector in the Industrial 4.0 Era During the Covid-19 Pandemic,” *Lex Renaissance*, vol. 6, no. 4, pp. 692–704, 2021.
2. Google, Temasek, and Bain & Company, *e-Economy SEA 2023*. Singapore: Google, Temasek, Bain &

[ISSN 2598 9928 \(online\)](https://ijler.umsida.ac.id), <https://ijler.umsida.ac.id>, published by [Universitas Muhammadiyah Sidoarjo](https://ijler.umsida.ac.id)

Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 20 No 4 (2025): November

DOI: <https://doi.org/10.21070/ijler.v20i4.1385>

Article type: (Private Law)

Company, 2023.

3. R. P. A. Putri and N. Ruhaeni, "Obligation to Register E-Commerce in Electronic Systems under Government Regulation No. 80 of 2019 and Its Implementation for Informal E-Commerce," Bandung Conference Series on Law Studies, vol. 2, no. 1, 2022.
4. Muhamimin, Metode Penelitian Hukum. Mataram: Mataram University Press, 2020.
5. N. L. P. D. R. Dewi and I. D. M. Suartha, "Application of the Rule of Reason Approach in Determining Predatory Pricing Practices That May Lead to Unfair Competition," Kertha Semaya: Journal of Legal Studies, vol. 5, no. 2, 2016.
6. L. K. Febriana, "Harmonization of Loss-Selling Regulation in the Perspective of Anti-Dumping Law and Competition Law in Indonesia," Master's thesis, Universitas Brawijaya, 2016.
7. Hukumonline, "KPPU Drafts Guideline for Predatory Pricing Article," Hukumonline.com, accessed Sep. 26, 2025. [Online]. Available: <https://www.hukumonline.com>
8. ANTARA News Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat, "KPPU: Long Time Needed to Investigate Predatory Pricing Cases," ANTARA News Makassar, accessed Sep. 25, 2025. [Online]. Available: <https://makassar.antaranews.com>
9. S. D. Andini and A. N. Hidayah, "Alleged Predatory Pricing in Flash Sale Promotions: Where Is KPPU's Role?" Journal of SERAMBI Hukum Research, vol. 17, no. 1, pp. 81–95, 2023, doi: 10.59582/sh.v17i01.1043.
10. A. F. Lubis et al., Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks dan Konteks. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia, 2009.
11. F. A. Nugraha, "KPPU Reviews Alleged Predatory Pricing Practice by Starlink," ANTARA News, accessed Sep. 26, 2025. [Online]. Available: <https://www.antaranews.com>
12. B. Clinten, "KPPU States That Proving Starlink's Predatory Pricing Requires Process," Kompas.com, accessed May 30, 2024. [Online]. Available: <https://tekno.kompas.com>
13. H. P. Sari, "To Counter Predatory Pricing, the Government Will Form a Task Force," Kompas.com, accessed Sep. 13, 2023. [Online]. Available: <https://money.kompas.com>
14. B. Van Overstraeten, "EU Seeking Feedback on Draft Antitrust Guidelines on Exclusionary Abuses," Reuters, accessed Aug. 1, 2024. [Online]. Available: <https://www.reuters.com>
15. E. Tham, "China Proposes Draft Rules on Internet Platform Pricing," Reuters, accessed Aug. 23, 2025. [Online]. Available: <https://www.reuters.com>
16. C. Hall, "Key Events During China's Regulatory Scrutiny of Alibaba," Reuters, accessed Sep. 2, 2024. [Online]. Available: <https://www.reuters.com>