

TINJAUAN HUKUM PRAKTIK JUAL RUGI DALAM INDUSTRI RETAIL BERDASARKAN UU NO.5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT (STUDI PADA SWALAYAN MAJU BERSAMA GLUGUR)

Lukman Haryanto Sianipar, Lesson Sihotang, Tulus Siambaton
Fakultas Hukum, Universitas HKBP Nommensen

Abstrak

Jual Rugi adalah tindakan suatu perusahaan menetapkan harga di bawah biaya produksi dengan maksud menyingkirkan pesaing. Penelitian hukum ini adalah dampak kegiatan jual rugi (*Predatory pricing*) yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam industri ritel pada perusahaan PT. Swalayan Maju Bersama Glugur yang diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 tahun 1999 Mengenai Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak jual rugi yang dilakukan pelaku usaha dalam melakukan praktik jual rugi dan untuk dampak hukum menurut Undang-Undang No. 5 tahun 1999 Mengenai Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Penelitian hukum ini diambil dari pendekatan hukum normatif-empiris. Data normatif akan bersumber dari literatur hukum, buku hukum, jurnal hukum dan materi lainnya. Sedangkan data empiris akan diperoleh dari wawancara dengan narasumber selaku HRD Menejer. Penelitian hukum ini akan menjawab dampak jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha PT. Swalayan Maju Bersama Glugur dan hubungan pasal 20 dan 7 mengenai penetapan harga berdasarkan Undang-undang No.5 Tahun 1999. Akhir dari penelitian hukum ini adalah juga untuk mencari tahu dampak yang terjadi akibat dari kegiatan jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Kata Kunci : Tinjauan Yuridis, Pelaku Usaha, Jual Rugi, Industri Ritel

Abstract

Predatory pricing is the action of a company setting a price below the cost of production with the intention of getting rid of competitors. This legal research is the impact of predatory pricing activities conducted by businesses in the retail industry on PT. Swalayan Maju Bersama Glugur which is stipulated in Article 20 Law No. 5 of 1999 concerning Anti-Monopoly and Unhealthy Business Competition. The purpose of this research is to find out the impact of predatory pricing made by businesses in conducting predatory pricing practices and for the legal impact according to Law No. 5 of 1999 concerning Anti-Monopoly and Unhealthy Business Competition. This legal research is taken from a normative-empirical legal approach. Normative data will be sourced from legal literature, law books, legal journals and other materials. While empirical data will be obtained from interviews with speakers as HRD Manager. This legal research will answer the impact of selling losses made by pt businesses. Self-Service Advanced With Glugur and relationship article 20 and 7 concerning pricing based on Law No.5 of 1999. The end of this legal research is also to find out the impact that occurs as a result of the sell-off activities carried out by businesses.

Keywords : Legal Analysis , Perpetrators , Predatory pricing, Retail Industry Information

Pendahuluan

Perekonomian yang berkembang pada saat ini berkembang ke arah orientasi pasar yang dimana terjadinya persaingan di berbagai kegiatan dalam perekonomian nasional. Persaingan berpotensi mendorong terjadinya peningkatan jumlah pelaku usaha yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah penawaran dan jenis barang yang tersedia di pasar. Terciptanya persaingan usaha yang sehat diharapkan tidak terjadi pemusatan kekuatan ekonomi pada seseorang atau suatu kelompok tertentu. Pemusatan kekuatan ekonomi dapat memicu pelaku usaha untuk menyalahgunakan posisi ini.¹ Dalam perkembangannya persaingan diciptakan secara dinamis dan kompetitif dalam era persaingan usaha harus didukung oleh perangkat hukum dan sejumlah kebijakan persaingan yang kondusif, agar dapat mendorong persaingan usaha yang sehat dan terciptanya suatu ekonomi pasar yang efisien.

Dalam upaya menjamin kondisi persaingan usaha yang sehat maka diterbitkan UU No. 5/1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pelaksanaan UU No. 5/1999 yang efektif dapat menjadi suatu dasar penggerak restrukturisasi ekonomi dan pada gilirannya akan dapat menciptakan budaya persaingan sehingga dapat terus menerus mendorong dan meningkatkan jumlah pelaku usaha.²

Salah satu bentuk perilaku anti persaingan yang menjadi perhatian UU No.5/1999 adalah melakukan jual rugi atau menepatkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan dan atau mematikan usaha persaingan di pasar bersangkutan atau *predatory pricing*. Jual rugi adalah suatu strategi penetapan harga oleh pelaku usaha untuk menyingkirkan persaingan dari pasar bersangkutan dalam upaya mempertahankan posisinya sebagai monopoli atau dominan.

Pasar merupakan faktor kunci dalam hukum persaingan. Peran penting pasar bagi persaingan dijelaskan dengan menekankan terwujudnya pasar yang berfungsi sebagai pra syarat pertama yang harus dipenuhi dalam kebijakan ekonomi nasional, selain mekanisme harga. Konsep pasar diakui mewakili konsep dasar ketika dilakukan analisis persaingan. Konsep dasar bersangkutan digunakan untuk mengidentifikasi produk dan kegiatan yang bersaing dalam bisnis.

Namun di samping upaya melakukan persaingan yang sehat banyak pelaku usaha yang juga melakukan perbuatan yang melanggar undang-undang untuk memenangkan persaingan. Salah satu cara untuk melakukan upaya monopoli dan persaingan tidak sehat adalah melakukan perjanjian penjual secara rugi. Menjual di bawah harga modal (menjual rugi) merupakan suatu tindakan menjual suatu produk di bawah harga modal atau di bawah harga produksi, dengan harapan dapat mengalahkan saingan produk sejenis.

Karena itu sesuai dengan tujuan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil, maka UU No. 5 Tahun 1999 mengatur beberapa perilaku dan kegiatan yang dilarang dan yang dapat mengakibatkan persaingan tidak sehat. Berkaitan dengan larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, salah satu kegiatan yang dilarang adalah pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi (*predatory pricing*).

Di dalam UU No. 5 Tahun 1999 dalam Pasal 20 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyebutkan “bahwa pelaku usaha dilarang

¹ 1KPPU, Pedoman Pasal 20 Jual Rugi
(http://www.go.id/docs/Pedoman/pedoman_pasal_20_jual_rugi.pdf diakses pada tanggal 10 Juni 2020)

² Ibid

melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.³

Secara sederhana, menjual rugi dapat digambarkan ketika perusahaan yang memiliki posisi dominan atau kemampuan keuangan yang kuat (*deep pocket*) menjual produknya dibawah harga produksi dengan tujuan untuk memaksa pesaingnya keluar dari pasar. Setelah memenangkan persaingan, perusahaan tersebut akan menaikkan harga kembali di atas harga pasar dan berupaya mengembalikan kerugiannya dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli (karena pesaingnya telah keluar dari pasar).⁴ Produsen yang melakukan jual rugi dalam hal ini memasokkan produksinya ke beberapa industri ritel dengan harga di bawah produksi. Bisnis ritel tersebut misalnya seperti supermarket, department store dan pasar grosir lainnya. Industri ritel merupakan industri yang strategis dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Perkembangan bisnis ritel di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat akhir-akhir ini, terutama ritel modern dalam semua variasi jenisnya.

Beberapa faktor pendukung perkembangan usaha ritel modern diantaranya adalah cukup terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha manufaktur yang akan memasok produknya ke retailer (*peritel*), dan upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara salah satunya mengembangkan bisnis ritel. Perkembangan yang dialami bisnis ritel, dalam perjalanannya bukannya tanpa menimbulkan masalah sama sekali. Banyaknya pemain dalam bisnis ritel membuat persaingan menjadi sangat ketat. Peritel besar, terutama perusahaan asing, semakin gencar melakukan ekspansi bisnisnya di Indonesia. Peritel modern kecil dan peritel tradisional menjadi pihak yang berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan. Pengamatan para pakar dan peneliti bisnis ritel umumnya sampai pada kesimpulan bahwa kehadiran peritel besar dalam bentuk hipermarket, supermarket, department store, dan lain-lain, membahayakan kelangsungan hidup bisnis ritel kecil dan tradisional., dalam sebuah pengamatannya terhadap kehadiran hipermarket menyatakan bahwa, dari kehadiran hipermarket terdapat dua kemungkinan yang ditimbulkan yaitu toko lokal atau warung yang tutup atau peritel skala kecil mengurangi karyawannya karena omzetnya berkurang. Persaingan dalam bisnis ritel bahkan meluas dengan keterlibatan para pemasok (*supplier*). Sebuah peristiwa yang muncul menjadi berita, pemasok meminta pemerintah segera mengawasi penerapan Permendag No. 53/ 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional. Sebab, masih ada pengecer (*peritel*) yang mematok potongan harga tetap (*fixed rebate*) sebesar 8% dari ketentuan maksimal 1%.

Hal ini menggambarkan adanya titik rentan hubungan peritel dengan pemasok dimana pada tahapan selanjutnya memicu persaingan antar pemasok. Tulisan ini hendak mengurai karakteristik dasar persaingan bisnis ritel sebagai pijakan analisis persaingan bisnis ritel yang lebih mendalam. Dengan demikian pembahasan dimulai dari pemahaman mengenai bisnis ritel, lingkungan bisnis yang menggambarkan letak potensi persaingan bisnis ritel, deskripsi persaingan bisnis secara umum, hingga akhirnya pembahasan secara spesifik mengenai persaingan bisnis ritel.⁴ Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai dasar pembahasan dalam penelitian ini

³ I Dw Gd Riski Mada A.A Sri Indrawati, *Praktek Jual Rugi (Predatory Pricing) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha*, (Bali, Universitas Udayana)

⁴Ibid

⁴ Tri Joko Utomo, *Lingkungan Bisnis Dan Persaingan Bisnis Ritel*, Fokus Ekonomi Vol. 5 No. 1 Juni 2010, hlm, 70 – 80

yakni tentang praktik jual rugi diperbolehkan menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 dan akibat hukum bagi pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi (Swalayan Maju Bersama Glugur).

Tinjauan Pustaka

Secara umum hukum persaingan usaha dapat dikatakan sebagai hukum yang mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha. Untuk memperoleh pengertian yang lebih mendalam tentu pengertian hukum persaingan usaha yang demikian itu tidaklah mencukupi. Oleh karenanya, perlu dikemukakan beberapa pengertian hukum persaingan usaha dari para ahli hukum persaingan usaha.

Menurut Arie Siswanto, dalam bukunya berjudul “Hukum Persaingan Usaha” yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha (competition law) adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan. Meskipun secara khusus menekankan pada aspek “persaingan”, hukum persaingan juga menjadikan perhatian dari hukum persaingan adalah mengatur persaingan sedemikian rupa, sehingga ia tidak menjadi sarana untuk mendapatkan monopoli.⁵

Andreson berpendapat bahwa persaingan dibidang ekonomi merupakan salah satu bentuk persaingan yang paling utama di antara sekian banyak persaingan antar manusia, kelompok masyarakat, atau bahkan bangsa. Salah satu bentuk persaingan di bidang ekonomi adalah persaingan usaha (business competition) yang secara sederhana bisa didefinisikan sebagai persaingan antara para penjual di dalam ‘merebut’ pembeli dan pangsa pasar.⁶

Dalam hukum Inggris kuno, monopoli diartikan sebagai suatu izin atau keistimewaan yang dibenarkan oleh raja untuk membeli, menjual, membuat, mengerjakan atau menggunakan apapun secara keseluruhan, di mana tindakan monopoli tersebut secara umum dapat mengekang kebebasan memproduksi atau trading.⁷ Dalam Undang-Undang Fair Trading di Inggris Tahun 1973, istilah Monopoli diartikan sebagai keadaan di mana sebuah perusahaan atau sekelompok perusahaan menguasai sekurang-kurangnya 25% (dua puluh lima persen) penjualan atau pembelian dari produk-produk yang ditentukan. Sementara dalam Undang-Undang Anti Monopoli Indonesia No.5 Tahun 1999, suatu monopoli dan monopsoni terjadi jika terdapatnya penguasaan pangsa pasar lebih dari 50% (lima puluh persen)⁸ (Pasal 17 ayat (2) juncto Pasal 18 ayat (2)). Salah satu bentuk perilaku anti persaingan usaha yang menjadi perhatian dalam UU No. 5 Tahun 1999 adalah melakukan jual rugi atau penetapan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha persaingan di pasar bersangkutan atau *predatory pricing*.⁹

Jual rugi (*Predatory pricing*) adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk dengan harga dibawah biaya produksi (average cost atau marginal cost). Areeda dan Turner mengatakan bahwa adalah bukan merupakan *predatory pricing* apabila harga adalah sama atau diatas biaya marginal dari produksi suatu barang.¹⁰

⁵ Hermansyah, Pokok Pokok Hukum Persaingan Usaha, 2009, (Jakarta: Kencana), hlm.1

⁶ Arie Siswanto, Hukum Persaingan Usaha, 2002, (Bogor: Ghalia Indoensia), hlm. 13

⁷ Munir Fuady, Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat, 1999, (Bandung: Citra Aditya Bakti), hlm. 7

⁸ *Ibid*, hal,8

⁹ Susanti Adi Nugroho, Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya, 2012, (Jakarta: Kencana), hlm. 260

¹⁰ *Ibid*, hal. 95

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang kegiatan jual beli rugi (*predatory pricing*), diatur dalam ketentuan pasal 20 yang menyatakan sebagai berikut: “Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Jadi, berdasarkan ketentuan dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut, maka pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang, jasa, atau barang dan jasa dengan cara menjual rugi (*predatory pricing*) atau menentukan harga yang sangat rendah (*dumping*) dari harga produksi barang, jasa, atau barang dan jasa yang sejenis bertujuan untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pelaku usaha pesaingnya di pasar yang sama dan perbuatan tersebut dengan sendirinya pula bisa menimbulkan terjadinya kegiatan monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.¹¹

Di dalam UU No. 5 Tahun 1999 dalam Pasal 20 menyatakan : “Bahwa pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Selain Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, larangan penetapan harga juga diatur dalam Pasal 7 UU No. 5 Tahun 1999 mengenai larangan penetapan harga di bawah harga pasar. Namun demikian Pasal 7 dan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 akan diterapkan berbeda oleh KPPU, tergantung pada fakta kasus per kasus. Pasal 7 UU No.5 Tahun 1999 mensyaratkan adanya perjanjian dengan pelaku usaha pesaingannya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, sedangkan Pasal 20 tidak mencantumkan adanya persyaratan perjanjian.¹²

Secara sederhana, menjual rugi dapat digambarkan ketika perusahaan yang memiliki posisi dominan atau kemampuan keuangan yang kuat (*deep pocket*) menjual produknya dibawah harga produksi dengan tujuan untuk memaksa pesaingnya keluar dari pasar. Setelah memenangkan persaingan, perusahaan tersebut akan menaikkan harga kembali di atas harga pasar dan berupaya mengembalikan kerugiannya dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli (karena pesaingnya telah keluar dari pasar).¹³

Praktek jual rugi tersebut dapat terjadi pada usaha ritel, dimana usaha ritel merupakan kegiatan bisnis yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pengguna akhir dalam jumlah eceran. Ritel menjadi mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen

Kata ritel berasal dari bahasa Perancis, ”ritellier”, yang berarti memotong atau memecah sesuatu. Dalam Bahasa Indonesia, kata ritel bisa juga diartikan ”eceran”. Terkait dengan aktivitas yang dijalankan, maka ritel menggambarkan kegiatan untuk memecah barang atau produk yang dihasilkan dan didistribusikan dalam jumlah besar dan massal untuk dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir dalam jumlah kecil sesuai dengan kebutuhannya. Penggolongan bisnis ritel di Indonesia dapat dikategorikan berdasarkan sifatnya, yaitu ritel yang bersifat tradisional (konvensional) dan yang bersifat modern.

Selain itu, industri ritel pun memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia khususnya masyarakat Indonesia. Industri ritel menempatkan diri

¹¹ <http://repository.umy.ac.id> (diakses pada tanggal 21 Juli 2020)

¹² Op.Cit, Susanti Adi Nugroho, hlm 263

¹³ Op.Cit, I Dw Gd Riski Mada A.A Sri Indrawati,(diakses pada tanggal 10Juni 2020)

sebagai industri kedua tertinggi dalam penyerapan tenaga kerja Indonesia setelah industri pertanian.¹⁴

Metode

Penelitian ini menggunakan yakni yuridis empiris, maka pendekatan yang dilakukan adalah dengan cara memadukan bahan-bahan hukum yang merupakan data primer dengan data sekunder yang diperoleh di lapangan. Dengan menggunakan 2 (dua) metode pengumpulan data yaitu *pertama* Metode Wawancara (*interview*), yaitu digunakan untuk memperoleh informasi tentang hal-hal yang dapat diperoleh lewat pengamatan. Penulis melakukan wawancara untuk dapat menemukan adanya hubungan antara pengumpulan data awal dengan penelusuran peraturan perundang-undangan dan sumber hukum positif lainnya hingga dianggap relevan dengan berdasarkan rumusan masalah didalam penulisan ini. *Kedua* Metode Kepustakaan (*library reseacrh*), adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi proyek penelitian. Metode pustaka dilakukan dengan menganalisa buku-buku, Undang-undang, dan bahan-bahan kepustakaan lainnya seperti literatur- literatur, ensiklopedia dan media informasi lainnya yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penulisan ini.

Pembahasan Dan Hasil

Pengaturan Praktik Jual Rugi diatur dalam beberapa regulasi di Indonesia antara lain: Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Pasal 20 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Peraturan KPPU No. 4 Tahun 2009 Tentang Pedoman Tindakan Administratif sesuai ketentuan Pasal 47 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Dilihat dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Praktik Jual Rugi tercantum dalam Pasal 20 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 yang dimana, Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan caramelakukan 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. Hal ini berkaitan sebagaimana tercantum dalam Pasal 7 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dalam Pasal 7 berbunyi: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat usaha tidak sehat”.

Kedua Pasal diatas dibentuk berdasarkan Rule of Reason dalam Praktik Jual Rugi yang dimana Rule of Reason adalah suatu pendekatan yang digunakan oleh lembaga otoritas persaingan usaha untuk membuat evaluasi mengenai akibat perjanjian atau kegiatan usaha tertentu, guna membentuk apakah suatu perjanjian atau kegiatan tersebut bersifat menghambat atau mendukung persaingan.

Keunggulan penerapan *Rule of Reason* adalah, menggunakan analisis ekonomi untuk mencapai efisiensi guna mengetahui dengan pasti, yaitu apakah suatu tindakan

¹⁴ Dianur Hikmawatia dan Chaikal Nuryakin, Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta, 2017, Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia Vol. 17 No. 2 Januari 2017, (Depok: Universitas Indonesia)

pelaku usaha memiliki implikasi kepada persaingan. Dengan perkataan lain, apakah suatu tindakan dianggap menghambat persaingan atau dorongan persaingan.

Namun pendekatan Rule of Reason juga mengandung suatu kelemahan, dan mungkin merupakan kelemahan paling utama yaitu, Rule of Reason yang digunakan oleh para hakim dan juri mensyaratkan pengetahuan tentang teori ekonomi dan sejumlah data ekonomi yang kompleks, dimana mereka belum tentu memiliki kemampuan yang cukup untuk memahaminya, guna dapat menghasilkan keputusan yang rasional. Di samping itu, tidak mudah membuktikan kekuatan pasar tergugat, mengingat penggugat harus menyediakan saksi ahli dibidang ekonomi, dan bukti dokumenter yang ekstensif dari para pesaing lainnya.¹⁵

Melalui pendekatan Rule of Reason, dampak ekonomis dari suatu perjanjian harus ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor dan kriteria yang tertentu. Dalam perkara hukum terdapat evaluasi pengadilan yang berfokus pada “dampak persaingan” terhadap suatu perjanjian, dampak terhadap persaingan tersebut melalui tiga tahap sebagai berikut :

- a) Tindak kerugian kompetitif yang berasal dari aktivitas tergugat.¹⁶
- b) Adanya alasan yang sah dan berguna di balik kegiatan pelaku usaha; dan
- c) Jika terdapat alasan yang sah di balik aktivitas tersebut, maka adanya unsur lain, seperti pembatasan, adalah diartikan untuk mengesahkan tujuan yang sah dan berguna dari aktivitas para pelaku usaha.

Dalam melakukan kegiatan evaluasi mengenai “kerugian kompetitif”, pengadilan secara khusus akan membuat dua pemeriksaan secara terpisah, yakni pertama, pengadilan memeriksa apakah suatu proses persaingan dirugikan oleh perjanjian tertentu; kedua, pengadilan akan memeriksa secara luas adanya kerugian tersebut.

Pengujian terhadap “dampak ekonomi” seperti tersebut di atas diakui oleh sementara kalangan merupakan salah satu kesulitan dari pembuktian dengan pendekatan Rule of Reason. Hal ini disebabkan karena hampir tidak mungkin untuk dapat menetapkan tingkat persaingan terlebih dahulu secara terpisah dari produk dan harga. Apalagi, terdapat suatu kenyataan, bahwa ada beberapa transaksi bisnis yang dievaluasi berdasarkan hukum anti trust sebelum secara nyata melakukan tindakan yang berdampak anti kompetitif.

Dalam evaluasi mengenai luasnya “kerugian kompetitif”, biasanya akan selalu ditentukan pangsa pasar (*market share*) pihak tergugat di pasar terkait (*relevant market*). Semakin tinggi pangsa pasar suatu perusahaan di pasar, maka semakin besar pula luasnya kerugian terhadap persaingan, karena pelaku usaha yang memiliki kekuatan pasar (*market power*) yang besar, akan dapat meningkatkan harga secara mudah dan memaksakan keuntungan monopoli, dengan biaya yang harus ditanggung oleh konsumen. Jika suatu perusahaan atau pelaku usaha memiliki pangsa pasar yang tinggi, dan jika kekuatan ini digunakan untuk menetapkan harga sampai terdapat pelaku usaha baru yang memasuki pasar, yang mampu menjual harga di bawah harga (monopoli) tersebut. Sebaliknya, suatu perusahaan yang hanya memiliki kekuatan pasar yang kecil, relatif tidak memiliki kemampuan untuk mengancam proses persaingan, karena jika bermaksud mencoba menetapkan harga monopoli, maka pelaku usaha lain yang memiliki pangsa pasar besar, misalnya 90% akan secara mudah menjual harga di bawah barang yang ditetapkan perusahaan (pangsa kecil) tersebut di muka.

Penetapan *The Rule of Reason* merupakan pilihan yang tepat dalam melakukan penyelidikan. Analisis diperlukan untuk menentukan praktek tertentu yang menghambat atau mendorong persaingan, atau apabila terdapat tendensi keduanya, maka pengadilan

¹⁵ Op.Cit, Andi Fahmi Lubis,dkk, hlm. 66

¹⁶ Op.Cit, Andi Fahmi Lubis,dkk, hlm. 72

akan mengambil langkah-langkah yang pengaruhnya paling menguntungkan (efisien) bagi masyarakat secara luas.¹⁷

Oleh karena Pasal 7 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 menekankan kepada pelaku usaha untuk tidak melakukan perjanjian dalam penetapan harga yang dimana dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat bagi pelaku usaha lain, maka penerapannya dilakukan dengan cara Rule of Reason.

Pengaturan sanksi dalam perbuatan Praktik Jual Rugi diatur dalam Pasal 47 ayat (2) butir f) dan (Pasal 47 (2) butir g) Undang-Undang No.5 Tahun 1999 di mana dinyatakan bahwa: f. penetapan pembayaran ganti rugi; dan atau g. 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).

Pengaturan-pengaturan di ataslah yang memuat Persaingan Usaha Tidak sehat dalam bentuk Jual Rugi baik dalam bentuk penetapannya maupun dalam bentuk sanksi yang dikenakan dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Kondisi Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam praktik jual rugi sebenarnya sudah merupakan salah satu karakteristik yang melekat dengan kehidupan manusia yang cenderung untuk saling mengungguli dalam banyak hal. Salah satu bentuk persaingan di bidang ekonomi adalah persaingan usaha (business competition) yang secara sederhana bisa didefinisikan sebagai persaingan antara para penjual di dalam “merebut” pembeli dan pangsasar. Persaingan sebenarnya merupakan kondisi ideal yang memiliki banyak aspek positif. Meskipun demikian, persaingan sebenarnya hanya akan bisa menjalankan fungsinya dengan baik apabila persaingan itu terjadi sedemikian rupa, sehingga tidak terjadi persaingan secara curang yang justru merugikan.¹⁸

Persaingan sebenarnya merupakan variabel yang dependen. Ia bisa bergerak dinamis dan berubah-ubah sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya, termasuk kebijakan pemerintah maupun instrumen suatu pemerintah. Meskipun secara umum dapat dikatakan bahwa aspek positifnya lebih menonjol, kondisi persaingan dalam beberapa hal juga memiliki aspek-aspek negatif. Apabila persaingan dilakukan oleh pelaku ekonomi yang tidak jujur bisa bertentangan dengan kepentingan publik. Resiko ekstrem dari persaingan yang sangat relevan dengan tulisan ini tentunya adalah kemungkinan ditempuhnya praktek-praktek curang (unfair competition) karena persaingan dianggap sebagai kesempatan untuk menyingkirkan pesaing dengan cara apapun.¹⁹

Hal inilah yang dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Sebagaimana hasil wawancara penulis dengan ibu Herlina dengan memiliki Jabatan Sebagai Manajer HRD menjelaskan bahwasannya yang dilakukan PT. Maju Bersama dalam menjajahkan produk perusahaan adalah dengan cara melakukan penjualan dengan memberikan harga normal, diskon dan memberikan Harga Spesial bagi beberapa produk yang kami promosikan.

Dan apakah PT. Swalayan Maju Bersama mengetahui bahwa melakukan diskon atau potongan harga itu adalah salah satu bentuk persaingan usaha tidak sehat, Ibu Herlina mengatakan bahwa ia tidak terlalu paham mengenai hukum persaingan usaha tidak sehat, namun kami mengetahui jika kami melakukan terus menerus kami akan mendapatkan teguran dari KPPU, jika berakibat fatal bagi perusahaan lain maka kami akan dikenakan

¹⁷ Ibid, Andi Fahmi Lubis, dkk, hlm. 73

¹⁸ Op.Cit, Arie Siswanto, hlm 14-15

¹⁹ Op.Cit, Arie Siswanto, hlm 17-18

denda administratif dan paling beresiko adalah pencabutan izin usaha bagi perusahaan kami dalam menjalankan perusahaan ini.²⁰

Dari hasil wawancara diatas faktanya penulis melihat bahwa PT. Swalayan Maju Bersama telah melakukan praktik monopoli dalam hal jual rugi, sesuai dengan penjelasan pada Bab II diatas penulis telah membahas tentang unsur-unsur praktik jual rugi dan dalam hal ini perusahaan telah memenuhi unsur-unsur yaitu:

- 1) Unsur Pelaku Usaha
- 2) Unsur Pemasokan
- 3) Unsur Barang
- 4) Unsur Jasa
- 5) Unsur Jual Rugi
- 6) Unsur Harga yang sangat rendah
- 7) Dengan maksud
- 8) Unsur Menyingkirkan atau mematikan
- 9) Unsur Usaha Pesaing
- 10) Unsur Pasar
- 11) Unsur Pasar Bersangkutan
- 12) Unsur Praktek Monopoli
- 13) Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat

Berkaitan dengan larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, salah satu kegiatan yang dilarang adalah pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan pelaku usaha pesaingnya di pasar yang bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 19 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 juga melarang kegiatan penguasaan pasar oleh pelaku usaha, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain. Pasal 1 ayat 19 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 merumuskan pengertian pasar adalah “lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa.”²¹

Dalam Pasal 19 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 dinyatakan: Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yaitu.²²

- a. Menolak dan/atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang saja pada pasar bersangkutan; atau
- b. Menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingannya itu; atau
- c. Membatasi peredaran dan/atau penjualan barang dan/atau jasa pada pasar bersangkutan; atau
- d. Melakukan praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

²⁰ Hasil Wawancara dengan Ibu Herlina selaku HRD Menejer, Pada hari Rabu, 19 Agustus 2020, di Swalayan Maju Bersama Glugur

²¹ 44Rachmadi Usman, Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, 2004, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), hlm, 74

²² *Ibid* Hal. 75

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Herlina menjelaskan bahwasannya PT. Swalayan Maju Bersama memikat konsumen untuk membeli produk barang di Swalayan Maju Bersama dengan pemberian diskon atau harga spesial dengan cara pembelian produk tertentu seperti Beli 1 gratis 1 atau Harga spesial dengan mengurangi harga awal hingga potongan 7rb per-item tertentu yang kami promosikan pada waktu tertentu dan yang bertanggungjawab dalam memberikan diskon ataupun harga spesial pada momen tertentu dan yang bertanggungjawab yang memberikan diskon ataupun harga spesial tersebut adalah Manager Pemasaran, namun untuk menentukan barang mana yang akan diberikan diskon atau harga tertentu maka perusahaan mereka melakukan briefing terlebih dahulu antara beberapa direksi dan manager.²³

Dari hasil wawancara diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa perusahaan telah melakukan penguasaan pasar dengan cara memberikan diskon ataupun potongan harga dengan harga spesial yang dimana dapat berdampak kepada pelaku usaha lain. Sehingga konsumen akan terikat kepada perusahaan yang melakukan pemberian diskon ataupun harga spesial.

Dalam kenyataannya tidak mudah pelaku usaha incumbent untuk menjalankan perilaku *predatory pricing*. Oleh karena itu perlu dipahami berbagai ciri pelaku usaha yang bertindak sebagai predator tersebut. Hal ini disebabkan selama menjalankan praktek jual rugi, pelaku usaha akan mengalami kerugian yang cukup besar. Dalam kenyataannya, kerugian yang diderita oleh pelaku usaha incumbent akan jauh lebih besar dibandingkan dengan kerugian yang diderita oleh pelaku usaha pesaing dengan tingkat efisiensi yang sama. Hal ini disebabkan oleh karena keharusan pelaku usaha incumbent memenuhi kebutuhan seluruh permintaan pasar pada tingkat harga rendah yang diberlakukannya. Apabila sifat industri memungkinkan pelaku usaha pendatang dapat mudah keluar dan masuk pasar, maka tidak akan terjadi praktek *predatory pricing*. Pada waktu *predatory pricing* diberlakukan, pelaku usaha pesaing akan ke luar dari pasar bersangkutan dan menginvestasikan asetnya pada industri lain. Ketika pelaku usaha incumbent menaikkan harga, maka pelaku usaha pesaing akan kembali masuk ke industri tersebut. Kondisi ini akan berlangsung terus sehingga tidak akan terjadi paktek jual rugi yang pada akhirnya merugikan konsumen.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Herlina menjelaskan bahwasannya cara PT. Swalayan Maju Bersama memikat konsumen untuk membeli produk barang di Swalayan Maju Bersama dengan pemberian diskon atau harga spesial dengan cara pembelian produk tertentu seperti Beli 1 gratis 1 atau Harga spesial dengan mengurangi harga awal hingga potongan 7rb per-item tertentu yang kami promosikan pada waktu tertentu.²⁴ Dari hasil wawancara diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa konsumen sudah terikat dengan harga spesial yang sering diberikan oleh perusahaan sehingga saat harga kembali naik pada harga sebenarnya maka konsumen mau tidak mau harus membeli produk tersebut karna sudah menjadi kebutuhan bagi kehidupan sehari-hari konsumen.

Sesuai Pasal 20 Undang-undang No.5 Tahun 1999 yaitu melarang pelaku usaha melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga menimbulkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat maka sesuai dengan Pasal 47 UU No 5 Tahun 1999, dikenakan sanksi administratif berupa: Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan

²³ Hasil Wawancara dengan Ibu Herlina selaku HRD Menejer, Pada hari Rabu, 19 Agustus 2020, di Swalayan Maju Bersama Glugur

²⁴ Hasil Wawancara dengan Ibu Herlina selaku HRD Menejer, Pada hari Rabu, 19 Agustus 2020, di Swalayan Maju Bersama Glugur

kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat (Pasal 47 ayat (2) butir c), dan atau penetapan pembayaran ganti rugi (Pasal 47 ayat (2) butir f) dan atau pengenaan denda dalam jumlah antara Rp.1000.000.000,00 (satu miliar rupiah dan setinggi – tingginya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah) (Pasal 47 (2) butir g). dan juga dikenakan sanksi pidana sesuai pasal 48 yaitu pengenaan denda dalam jumlah antara Rp.1000.000.000,00 (satu miliar rupiah dan setinggi – tingginya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah) atau pidana kurungan pengganti denda selama – lamanya 5 bulan (Pasal 48 ayat 2). Selain itu juga dikenakan sanksi pidana tambahan yaitu berupa: Pencabutan izin usaha, larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap UU No. 5 Tahun 1999 untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris antara 2 (dua) tahun sampai dengan 5 (lima) tahun atau penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

Dan dengan demikian penulis menanyakan tentang Apakah PT. Swalayan Maju Bersama mengetahui bahwa melakukan diskon atau potongan harga itu adalah salah satu bentuk persaingan usaha tidak sehat? Narasumber mengatakan bahwa sejujurnya kami tidak terlalu paham mengenai hukum persaingan usaha tidak sehat, namun kami mengetahui jika kami melakukan terus menerus kami akan mendapatkan teguran dari KPPU, jika berakibat fatal bagi perusahaan lain maka kami akan dikenakan denda administratif dan paling beresiko adalah pencabutan izin usaha bagi perusahaan kami dalam menjalankan perusahaan ini. Dan penulis menanyakan kembali tentang siapa yang bertanggungjawab jika perusahaan terbukti melakukan praktik jual rugi?, jawaban dari narasumber menyatakan bahwa mereka memiliki Staff Legal dalam membantu perusahaan jika memang perusahaan kami dalam masalah hukum.

Dari hasil wawancara diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa perusahaan PT. Swalayan Maju Bersama mengetahui dampak dari monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam praktik jual rugi, jika perusahaan mendapatkan masalah hukum, maka PT.Swalayan Maju Bersama sepenuhnya menyerahkan segala sesuatunya oleh Staff Legal Hukum yang mereka miliki dalam penanganan hukum tersebut.

Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa :

- 1 Dalam menjalankan bisnis dalam dunia ritel, pelaku usaha cenderung melakukan sistem praktik jual rugi yang diatur dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Pasal 20 Tentang Jual Rugi (*Predatory pricing*) dalam bentuk diskon ataupun potongan harga untuk memancing konsumen agar membeli produk atau barang dan/atau jasa di jual dalam perusahaan mereka sehingga, konsumen akan merasa bahwa perusahaan tersebut sering melakukan pemberian diskon ataupun potongan yang dapat mengakibatkan konsumen akan menetap dan selalu tertarik untuk membeli barang dari satu perusahaan tersebut dan mengakibatkan perusahaan lain tidak dapat bersaing dengan perusahaan yang sering melakukan praktik monopoli tersebut.
- 2 Pelaku usaha yang terbukti telah melakukan praktik jual rugi, berarti telah melanggar Pasal 20 UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak sehat dapat dikenakan sanksi administratif yaitu berupa perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat

dan tau merugikan masyarakat (Pasal 47 ayat (2) butir c), dan atau penetapan pembayaran ganti rugi (Pasal 47 ayat (2) butir f) dan atau penerapan denda dalam jumlah antara Rp.1000.000.000,00 (satu miliar rupiah dan setinggi – tingginya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah) (Pasal 47 (2) butir g).dan dikenakan sanksi pidana yaitu membayar sejumlah denda atau pidana kurungan pengganti denda selama –lamanya 5 bulan. Dan juga sanksi pidana tambahan berupa: Pencabutan izin usaha, larangan menduduki jabatan direksi atau komisaris antara 2 (dua) sampai 5 (lima) tahun dan penghentian kegiatan yang dapat menimbulkan kerugian pada pihak lain.

Adapun beberapa saran yang disampaikan sebagai pengembangan oleh penulis yaitu:

- 1 Komisi Perlindungan Persaingan Usaha perlu melakukan sosialisasi kembali mengenai Praktik Jual Rugi (*Predatory pricing*) kepada para pelaku usaha, agar praktik jual rugi dapat dikendalikan dan tidak dapat merugikan kepada pelaku usaha lain yang tidak menjalankan praktik monopoli yang seperti ini.
- 2 Perlunya penegasan kusus dalam kasus praktik jual rugi (*Predatory pricing*) , dan dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Khususnya pasal 20 harus membuat jenis-jenis apa saja yang dilarang dalam melakukan praktik jual rugi (*Predatory pricing*).

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Adi Nugroho, Susanti. 2012. Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya, Jakarta: Kecana.

Fuady, Munir. 1999.Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat, Bandung: Citra Aditya Bakti..

Hermansyah, 2009. Pokok Pokok Hukum Persaingan Usaha, Jakarta:Kecana. Kagramanto, L, Budi, 2008.Hukum Persaingan Usaha, Surabaya: Laros.

Lubis, Andi Fahmi, dkk. 2009. Hukum Persaingan Usaha Antar Teks & Konteks. Jakarta: ROV Creative Media.

Margono, Sayud. 2009.Hukum Anti Monopoli, Jakarta: Sinar Grafika. Peter Mahmud, Marzuki. 2005. Penelitian Hukum, Jakarta: Kencana.

Rokan, Mustafa Kamal. 2010.Hukum Persaingan Usaha, Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Siswanto, Arie. 2002. Hukum Persaingan Usaha, Bogor: Ghalia Indoensia.

Jurnal

I Dw Gd Riski Mada A.A Sri Indrawati, Praktek Jual Rugi (*Predatory pricing*) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha.Bali: Universitas Udayana,Fakultas Hukum,Hukum Bisnis

Dianur Hikmawatia dan Chaikal Nuryakin, 2017, Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta, Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia Vol. 17 No. 2 Januari 2017, (Depok: Universitas Indonesia)

Pratjaja Winrekso. 2017. Challenges Of Anti Monopoly Law on A Free Market .Jurnal Al-Qadau, Makassar: Universitas Sawerigading, Fakultas Hukum .

Tri Joko Utomo, Lingkungan Bisnis Dan Persaingan Bisnis Ritel, Fokus Ekonomi Vol. 5 No. 1 Juni 2010, Semarang: STIE Pelita Nusantara

Website

KPPU, Pedoman Pasal 20 Jual Rugi

http://www.go.id/docs/Pedoman/pedoman_pasal_20_jual_rugi.pdf,

<http://repository.umy.ac.id>,

https://www.kppu.go.id/docs/Positioning_Paper/positioning_paper_ritel

<https://stiepena.ac.id/wp-content/uploads/2012/11/pena-fokus-vol-6-no-1-122-133.pdf>