

Perlindungan pasar nasional terhadap predatory pricing di platform e-commerce: Tinjauan hukum kebijakan ekonomi di era ASEAN and China Free Trade Agreement (ACFTA)

Siti Inayatul Hasanah

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah; Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 220202110163@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

Predatory pricing, e-commerce, ACFTA, perlindungan pasar, kebijakan ekonomi.

Keywords:

Predatory pricing, e-commerce, ACFTA, market protection, economic policy.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital serta liberalisasi perdagangan melalui ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) telah membuka peluang besar sekaligus tantangan serius bagi pasar nasional, khususnya di sektor e-commerce. Salah satu tantangan utamanya adalah praktik predatory pricing, yaitu strategi penetapan harga sangat rendah oleh pelaku usaha untuk mendominasi pasar dan menyingkirkan pesaing lokal, terutama pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas hukum kebijakan ekonomi nasional dalam menghadapi praktik predatory pricing yang marak terjadi di platform e-commerce pasca berlakunya ACFTA. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan menelaah regulasi nasional seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan kebijakan pemerintah

melalui KPPU serta peraturan perdagangan digital terbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi dan lembaga penegak hukum telah dibentuk, praktik predatory pricing masih terus berlangsung karena lemahnya pengawasan dan minimnya perlindungan terhadap pelaku usaha kecil. Oleh karena itu, perlu penguatan regulasi, sinergi antar lembaga, dan penyesuaian kebijakan perdagangan digital untuk melindungi kedaulatan pasar nasional di tengah era perdagangan bebas.

ABSTRACT

The advent of digital technology and the liberalization of trade that has transpired as a consequence of the ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) has engendered both significant opportunities and substantial challenges for the national market, particularly within the domain of e-commerce. A significant challenge is the practice of predatory pricing, defined as the strategic pricing strategy of business actors that involves the implementation of artificially low prices with the intent of achieving market dominance and eliminating local competitors, particularly MSME players. The objective of this study is to analyze the efficacy of national economic policy legislation in addressing predatory pricing practices that have become prevalent on e-commerce platforms following the implementation of the ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA). The methodological approach employed is a normative juridical approach, whereby national regulations, such as Law Number 5 Year 1999, government policies as administered by KPPU, and the most recent digital trade regulations, are examined. The findings indicate that despite the establishment of regulatory frameworks and law enforcement agencies, predatory pricing practices persist due to inadequate supervision and a lack of safeguards for small business actors. Consequently, there is an imperative for the reinforcement of regulatory frameworks, the promotion of synergies among institutions, and the adaptation of digital trade policies to safeguard national market sovereignty within the context of the free trade era.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pendahuluan

Perjanjian perdagangan bebas antara negara-negara ASEAN dan China (ACFTA) telah menciptakan dinamika baru dalam arus barang dan persaingan ekonomi di kawasan Asia Tenggara. Liberalisasi tersebut memungkinkan produk-produk impor dari China masuk dengan tarif rendah atau bahkan tanpa bea masuk, sehingga petani, produsen, dan pelaku usaha dalam negeri menghadapi persaingan yang semakin ketat. Sebagaimana dikemukakan dalam studi *The correlation of international trade and growth in Indonesia*, peningkatan keterbukaan perdagangan korelatif terhadap pertumbuhan ekonomi, namun juga menimbulkan tantangan bagi perlindungan pasar nasional di saat pasar menjadi lebih terbuka terhadap produk luar negeri (Sudarmawan, 2022). Kondisi ini membawa tantangan baru bagi pelaku usaha dalam negeri, khususnya UMKM, yang harus bersaing dengan produk impor berharga sangat murah.

Salah satu persoalan utama yang muncul adalah praktik predatory pricing, yaitu strategi menjual produk dengan harga sangat rendah, bahkan di bawah biaya produksi, untuk mendominasi pasar dan mengeliminasi pesaing lokal. Praktik predatory pricing yang bertujuan untuk menghilangkan atau menghalangi usaha pesaing di pasar, dalam persaingan usaha, tindakan ini dilakukan oleh pelaku usaha yang memiliki penguasaan pasar dengan cara menetapkan harga yang secara ekonomis menimbulkan kerugian dalam jangka waktu yang cukup panjang. Selain mencegah perusahaan baru masuk ke pasar, strategi ini juga mengusir pesaing dari pasar. Predatory pricing dilarang karena pelaku usaha cenderung mengurangi pasokan barang dan menaikkan harga di masa depan, bukan karena harga produk yang dipasok sangat rendah. Selain itu, strategi ini dapat menyebabkan ketidakadilan pasar karena memungkinkan pelaku usaha besar untuk membunuh perusahaan saingan melalui kerugian sementara, yang pada akhirnya mengurangi variasi produk dan inovasi yang berasal dari persaingan yang sehat (El Zahra et al., 2024).

Di ranah e-commerce, predatory pricing menjadi lebih masif karena platform digital memudahkan distribusi produk lintas batas tanpa kendala geografis. Produk yang dijual di situs web e-commerce umumnya lebih murah daripada yang dijual secara offline, atau produk yang diimpor dikategorikan memiliki harga yang lebih rendah. Harga yang murah identik dengan barang produk impor dari luar negeri, berbeda dengan produk dalam negeri yang masih tergolong mahal. Diskon besar dan pengiriman gratis adalah penyebab utama rendahnya harga barang impor, sehingga menghambat pemasaran barang dalam negeri oleh produsen lokal. Dapat dikatakan bahwa penjualan barang impor lebih kompetitif daripada produk dalam negeri (Al-Mahya et al., 2024).

Fenomena predatory pricing ini menimbulkan pertanyaan tentang efektivitas hukum kebijakan ekonomi nasional dalam melindungi pasar dalam negeri dari praktik tidak sehat tersebut. Sehingga perlu dilakukan analisis sejauh mana hukum kebijakan ekonomi Indonesia mampu mengantisipasi tantangan predatory pricing di platform e-commerce di tengah keterbukaan pasar pasca adanya ASEAN and China Free Trade Agreement (ACFTA). Berdasarkan latar belakang tersebut, Penelitian ini, akan ditelaah pengaruh adanya ASEAN and China Free Trade Agreement (ACFTA) terhadap maraknya praktik predatory pricing di platform e-commerce dan bagaimana tinjauan hukum kebijakan ekonomi nasional terhadap perlindungan pasar nasional dari praktik predatory pricing di era perdagangan bebas ACFTA.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian jurnal ini adalah metode yuridis normatif yakni penelitian yang dilakukan melalui analisis norma-norma hukum yang terdapat pada peraturan perundang undangan yang relevan dengan inti permasalahan yang diteliti. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah pendekatan perundang undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach).

Pembahasan

Perdagangan bebas di era ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) membuka peluang sekaligus tantangan bagi Indonesia, terutama di sektor e-commerce. Salah satu persoalan yang dihadapi adalah munculnya persaingan usaha tidak sehat yaitu adanya praktik predatory pricing yang mengancam pasar lokal, seperti UMKM dan industri dalam negeri. Untuk memahami permasalahan tersebut, berikut terdapat analisis mengenai praktik predatory pricing yang terjadi karena dampak dari adanya perjanjian ASEAN-China Free Trade Agreement dalam sector e-commerce:

Praktik Predatory Pricing dalam E-Commerce

Pada saat ini, orang-orang dari segala usia, mulai dari remaja hingga orang dewasa, lebih memilih membeli dan menjual produk secara online. Masyarakat tertarik pada e-commerce karena menyediakan platform untuk pembelian dan penjualan yang mudah dari berbagai macam barang dan jasa yang tersedia. Dari sudut pandang pertumbuhan ekonomi saat ini, yang disertai dengan kemajuan teknologi yang pesat, untuk dapat membuka pasar internasional yang dapat meningkatkan peluang kerja bagi masyarakat serta meningkatkan devisa negara, kini pasar online menjadi impian semua orang, baik muda maupun tua, dalam berbelanja melalui media online. Pasar ini dimulai sejak 2011 hingga kini berkembang dengan cepat.

Pasar online atau yang selanjutnya disebut E-commerce disukai oleh masyarakat karena sistem yang digunakan lebih mudah, praktis, modern, dan dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja (Herry & Fajarani, 2022). Bisnis e-commerce di Indonesia mencatat pertumbuhan volume penjualan seiring dengan semakin banyaknya orang yang melakukan jarak fisik di tengah pandemi Covid-19. Pemerintah juga mempertimbangkan sektor e-commerce sebagai salah satu solusi untuk mengatasi defisit pajak akibat perlambatan ekonomi (Zuraidah et al., 2021).

Predatory pricing merupakan hal yang umum terjadi dalam aktivitas jual beli online di e-commerce (Syarieff et al., 2021). Secara sederhana, predatory pricing dapat didefinisikan sebagai tindakan dari sebuah perusahaan yang mengeluarkan pesaingnya dengan cara menetapkan harga di bawah biaya produksi. Dalam praktiknya, predatory pricing digunakan untuk mencegah pesaing masuk ke pasar (Lubis et al., 2017). Menurut hukum positif Indonesia, predatory pricing didefinisikan sebagai jual rugi. Pemerintah Indonesia melarang praktik ini karena berpotensi menghancurkan sektor ekonomi pasar. Usaha untuk menaikkan iklim-iklim bisnis melalui perekonomian bukanlah hal yang mudah, sehingga untuk mencegah penurunan iklim bisnis tersebut pemerintah Indonesia mengatur secara tegas terkait adanya predatory pricing. Larangan penetapan harga pasar

(predatory pricing) terdapat dalam ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999:

“Pelaku usaha dilarang membuat dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga dibawah pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”

Komponen utama dari predatory pricing, yang juga dikenal sebagai menjual dengan jual rugi, adalah menawarkan harga yang lebih rendah dengan tujuan untuk menyingkirkan pesaing. Hal ini dapat mengakibatkan tindakan monopoli yang menghambat perdagangan. Oleh karena itu, menjual dengan harga rugi melibatkan lebih dari sekadar menawarkan produk dengan biaya rendah, tetapi juga melibatkan faktor-faktor yang dapat menyebabkan persaingan usaha tidak sehat (Al-Mahya et al., 2024).

Pada praktik perdagangan internasional, jual rugi (predatory pricing) lazim disebut dengan istilah “dumping”, yang merupakan praktik dagang yang tidak wajar dan dengan cara melakukan banting harga. Dengan cara seperti ini dapat mengakibatkan kerugian bagi pesaing usahanya dan bahkan dapat mematikan persaingan usaha yang sehat pada pasar yang bersangkutan. Dari sudut pandang negara pengimpor, praktik dumping akan menimbulkan kerugian bagi dunia usaha atau industri barang sejenis dalam negeri (Usman, 2004).

Praktik predatory pricing yang diterapkan oleh platform besar di industri e-commerce seringkali memiliki dampak yang signifikan terhadap ekosistem bisnis secara menyeluruh. Praktik Flash Sale sering kali menunjukkan tanda-tanda predatory pricing. Diskon besar-besaran hingga 80% dari harga pasar dapat mengindikasikan persaingan bisnis yang tidak sehat. Banyak perusahaan e-commerce yang menerapkan strategi ini untuk menarik konsumen, namun hal ini dapat menyebabkan kerugian bagi usaha kecil yang tidak mampu bersaing dengan harga yang ditekan (El Zahra et al., 2024).

Praktik jual rugi melalui promo diskon yang sering dilakukan oleh platform e-commerce dapat dilihat sebagai indikasi predatory pricing atau penetapan harga yang merugikan pesaing. Dalam konteks ini, praktik jual rugi mengacu pada penawaran produk dengan harga yang sangat rendah, seringkali di bawah biaya produksi atau biaya pengadaan, untuk menarik konsumen dan menciptakan dominasi pasar. Fenomena ini menjadi semakin nyata ketika kita melihat dampaknya terhadap produk impor dan pelaku bisnis UMKM di Indonesia. Secara khusus, praktik jual rugi di e-commerce dapat menimbulkan dampak negatif yang signifikan bagi pelaku usaha dalam negeri, seperti UMKM yang menjual produk seperti jilbab. Produk impor yang dikenakan diskon besar-besaran dapat menyebabkan harga mereka lebih rendah daripada produk yang diproduksi secara lokal. Hal ini mengakibatkan ketidakmampuan pelaku usaha dalam negeri untuk bersaing dalam hal harga, yang berakibat pada menurunnya penjualan dan bahkan tutupnya usaha mereka (Adam, 2023).

Dampak ASEAN and China Free Trade Agreement (ACFTA) terhadap adanya praktik Predatory Pricing

ASEAN and China Free Trade Agreement (ACFTA) diberlakukan sejak tahun 2010 dengan tujuan untuk meningkatkan perdagangan bebas antara Cina dan negara-negara di ASEAN dengan mengurangi atau meniadakan pajak impor pada berbagai produk. Cina dan

enam negara ASEAN pertama (Brunei, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand) harus menghapus semua tarif atas sebagian besar komoditas pada tahun 2010 sesuai dengan kerangka kerja ACFTA. Pada tahun 2012, tarif untuk barang-barang sensitif harus diturunkan hingga tidak lebih dari 20%, dan pada tahun 2018, tarif tersebut harus diturunkan hingga tidak lebih dari 5%. Pada tahun 2015, tarif untuk barang-barang yang sangat sensitif harus diturunkan hingga maksimum 50%; di luar itu, tidak ada lagi pengurangan yang diperlukan. Negara-negara seperti Vietnam, Kamboja, Laos, dan Myanmar diberikan waktu lebih lama untuk memodifikasi tarif mereka; untuk komoditas biasa dan sangat sensitif, waktu ini diperpanjang hingga 2015, dan untuk barang-barang sensitif, waktu ini diperpanjang hingga 2020. Selain itu, semua negara dapat membuat beberapa pengecualian barang-barang tertentu dari perjanjian ini dengan alasan moral atau keamanan nasional (Deri, 2024).

Perjanjian ACFTA telah diratifikasi oleh pemerintah Indonesia melalui KEPRES No. 48 tahun 2004 dan mulai berlaku pada tanggal 1 Januari 2010. Produk-produk impor dari ASEAN dan China lebih mudah masuk ke Indonesia dan lebih murah harganya karena dilakukannya pengurangan tarif dan penghapusan tarif serta tarif akan menjadi 0% dalam jangka waktu tiga tahun kedepan. Sebaliknya, Indonesia juga dapat memasuki pasar dalam negeri negara-negara ASEAN dan China.

Dalam kesepakatan ACFTA ini membuka akses pasar yang luas dan mempercepat arus barang. Namun, di sisi lain, ACFTA menimbulkan kekhawatiran oleh sebagian kalangan dimana akan berpotensi membangkrutkan banyak perusahaan dalam negeri. Bangkrutnya perusahaan dalam negeri terutama dalam sektor industri lokal merupakan imbas dari membanjirnya produk China. Hal ini disebabkan adanya peningkatan impor Indonesia dalam Kawasan ACFTA yang didominasi oleh China, dimana peningkatan impor tersebut terjadi disebabkan karena China memberikan harga barang yang relatif murah dibandingkan dengan negara lain. Selain itu, peningkatan impor di kawasan ACFTA disebabkan adanya kemudahan dalam melakukan perdagangan antar negara dalam Kawasan (Chaidir et al., 2025).

Pemerintah Indonesia pada dasarnya meratifikasi ACFTA karena melihat adanya peluang untuk meningkatkan potensi ekonomi negara, seperti menurunkan dan menghapus hambatan tarif dan non-tarif, yang seharusnya dapat meningkatkan volume dan nilai ekspor, menumbuhkan lingkungan investasi yang terbuka dan kompetitif, dan memberikan peluang bagi Indonesia untuk menarik lebih banyak investor Cina. Namun yang terjadi justru sebaliknya, Pemerintah Indonesia justru tidak mampu untuk bersaing secara global dan gagal dalam melindungi industri lokal sehingga mengakibatkan ancaman kematian bagi UMKM melalui inovasi teknologi yang dilakukan oleh China secara besar-besaran.

Adanya liberasi perdagangan ke Indonesia melalui perjanjian ACFTA ini turut serta mengakibatkan adanya praktik predatory pricing dalam e-commerce. Banyaknya barang impor murah tanpa mekanisme yang jelas dapat mengakibatkan pelaku UMKM gulung tikar. Dampak kerugian yang diakibatkan barang murah melalui UMKM ini sebenarnya tidak hanya dirasakan oleh pelaku UMKM saja, melainkan juga dapat berdampak pada seluruh elemen masyarakat yang memiliki kepentingan untuk melakukan perjanjian jual/beli online seperti para pekerja yang akan mengalami PHK (Pemberhentian Hubungan kerja) secara besar-besaran karena banyak UMKM yang mengalami kebangkrutan karena predatory pricing yang diakibatkan oleh pelaku usaha dengan modal

besar. Konsumen Indonesia yang tidak dapat memastikan keaslian barang impor ataupun kualitas barang (aman, sehat maupun halal) melalui perdagangan cross border juga mengalami kerugian karena tidak adanya jaminan kepastian hukum bagi perlindungan konsumen dan tidak ada jaminan kepastian untuk perlindungan data konsumen juga memperkeruh keadaan (Isal & Sidik, 2023).

Tinjauan Hukum Kebijakan Ekonomi dalam Melindungi Pasar Nasional dari Praktik Predatory Pricing

Di era globalisasi dan liberalisasi perdagangan, bisnis bersaing lebih ketat. Salah satu taktik yang sering digunakan oleh perusahaan besar untuk mengendalikan pasar adalah penetapan predatory pricing, yang melibatkan penetapan harga yang sangat rendah untuk menyingkirkan pesaing. Meskipun harga rendah pada awalnya terlihat menguntungkan bagi pelanggan, harga rendah dapat mengikis mekanisme pasar yang sehat dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi ketika pelaku usaha yang dominan membangun monopoli dan menaikkan harga secara tajam setelah menyingkirkan pesaing mereka.

Di tingkat internasional, praktik predatory pricing juga mendapat perhatian dalam kerangka hukum perdagangan global, seperti yang diatur dalam Organisasi Perdagangan Dunia (WTO). Negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Uni Eropa bahkan memiliki mekanisme hukum yang kuat untuk mencegah praktik ini melalui aturan anti-monopoli dan anti-dumping. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa peraturan mengenai tindakan anti dumping yaitu dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang pengesahan Agreement of Establishing the World Trade Organization (Tobing, 2024).

Apabila suatu Negara berdasarkan hasil penyelidikan telah terbukti melakukan praktik dumping sehingga merugikan Negara pengimpor, maka Negara pengimpor yang menerima imbas praktik dumping tersebut dapat memberikan suatu tindakan balasan sebagai sanksi yakni berupa pengenaan bea masuk tambahan yang disebut dengan “bea masuk anti dumping” yang dijatuhkan terhadap produk-produk yang diekspor secara dumping dan countervailing duties atau bea masuk untuk barang-barang yang terbukti “less than fair value”. Kebijakan perdagangan internasional seperti pengenaan bea masuk anti dumping tidak hanya berkaitan dengan perlindungan industri dalam negeri, tetapi juga berpengaruh terhadap kinerja ekspor yang pada akhirnya memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara, sebagaimana ekspor terbukti menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Farida & Yuliana, 2022).

Hadirnya kebijakan terkait perdagangan dengan sistem elektronik juga memperkuat pengawasan negara terhadap pengusaha produk asing karena pengusaha produk luar negeri diharuskan untuk memberikan keterangan terkait bukti legalitas usaha dari negara asalnya, pemenuhan standar halal, pencantuman deskripsi dalam bahasa Indonesia dan asal tempat pengiriman barang. Dalam kebijakan ini juga dijelaskan kembali terkait informasi dan standarisasi barang serta harga minimum barang impor yang menetapkan harga minimum bagi barang impor sebesar \$100 per unit yang dijual ke Indonesia serta memberikan daftar barang impor yang diperbolehkan untuk dijual di platform e-commerce (Taris et al., 2024).

Selain itu, terdapat lembaga penegak hukum persaingan usaha dalam menghadapi praktik predatory pricing atau dumping, dalam hal ini lembaga tersebut adalah Komisi

Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Penegakan hukum oleh KPPU atas praktek predatory pricing atau dumping ini bertujuan perlindungan hukum untuk semua pelaku usaha baik usaha besar maupun kecil. Dalam menjaga persaingan usaha yang sehat pada era digital, langkah yang telah ditempuh oleh KPPU adalah dengan menetapkan Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis KPPU 2020-2024 yaitu: (Taris et al., 2024)

1. Mengoptimalkan kerjasama internasional dalam mengatasi persaingan usaha lintas negara.
2. Responsif dan peka terhadap perkembangan kasus yang rawan terjadi dan terus berkembang di era digital sekarang.
3. Memperkuat sarana prasarana dan kompetensi penyidik KPPU untuk lebih mengoptimalkan manfaat positif demi kepentingan publik.
4. Memastikan penegakan hukum atas Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 berjalan dengan efektif.

Kemudian dalam hal pengawasan terhadap adanya praktik dumping juga terdapat lembaga yang berwenang dalam mengantisipasi tindakan tersebut, yaitu dilakukan oleh Komisi Anti Dumping Indonesia (KADI). Berdasarkan PP Nomor 34 Tahun 2011 KADI bertugas untuk melaksanakan penyelidikan dalam rangka Tindakan Anti Dumping dan Tindakan Imbalan. Berdasarkan tugasnya, Komite Anti Dumping Indonesia (KADI) selain sebagai lembaga teknis administrasi, juga sebagai lembaga penegak hukum terutama yang berkaitan dengan bidang antidumping. KADI berperan dalam melakukan analisa lebih awal dengan melakukan penyelidikan atas kebenaran tuduhan adanya impor barang dumping yang dapat menyebabkan kerugian terhadap industri dalam negeri sehingga kerugian lebih dapat diminimalisir (Primadhany et al., 2024).

Kesimpulan

Praktik predatory pricing dalam e-commerce telah menjadi ancaman nyata bagi pasar nasional, khususnya setelah diberlakukannya ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) yang membuka kran impor produk asing dengan harga murah. Hal ini menyebabkan pelaku usaha lokal, terutama UMKM, tidak mampu bersaing secara adil dan berpotensi mengalami kebangkrutan massal. Praktik jual rugi oleh pelaku usaha besar tidak hanya merugikan pesaing, tetapi juga berdampak negatif bagi konsumen dalam jangka panjang karena dapat mengurangi pilihan, inovasi, dan kualitas produk di pasar.

Secara hukum, Indonesia telah memiliki sejumlah perangkat hukum seperti UU No. 5 Tahun 1999 dan peran lembaga KPPU serta KADI yang bertugas mengawasi praktik persaingan usaha dan tindakan antidumping. Pemerintah juga telah menerbitkan kebijakan baru seperti Permendag No. 31 Tahun 2023 untuk mengatur perdagangan produk impor di platform digital. Namun, lemahnya penegakan hukum dan celah regulasi membuat praktik predatory pricing masih sulit dikendalikan secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan reformasi kebijakan yang lebih komprehensif dan penguatan pengawasan lintas sektor agar pasar nasional dapat terlindungi dari dominasi pelaku usaha besar, baik domestik maupun asing.

Daftar Pustaka

- Adam, R. (2023). Predatory pricing for e-commerce businesses from a business competition law perspective. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(8), e1438–e1438.
- Al-Mahya, Y. Q. E., Sari, R. E. Z. A., & Kalam, N. A. A. (2024). Analisis Praktek Predatory Pricing dalam E-Commerce (Studi Kasus Platform Lazada). *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(2), 88–98.
- Chaidir, A. B., Hapsari, W., & Narayan, A. (2025). Dampak ASEAN China Free Trade Agreement (ACFTA) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1), 135–144.
- Deri, M. F. (2024). ASEAN–China Free Trade Agreement: Ekonomi Politik Di Indonesia. *Jurnal Perdagangan Internasional*, 2(1).
- El Zahra, S., Pireno, F. H., Zammara, A. M., & Arohmah, P. (2024). The The Impact of Predatory Pricing on E-Commerce Competition and Regulatory Control in Indonesia. *Journal Social Sciences and Humanioran Review*, 1(05), 243–251.
- Farida, A., & Yuliana, I. (2022). Pengaruh utang luar negeri dan ekspor terhadap pertumbuhan ekonomi (PDB) Indonesia periode tahun 2006-2020. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2), 181–192. <http://repository.uin-malang.ac.id/11967/>
- Herry, M., & Fajarani, M. (2022). The problems of international civil law of Indonesia in protecting transnational e-commerce consumers. *Jurnal IUS (Kajian Hukum Dan Keadilan)*, 10(3), 620–630. <http://repository.uin-malang.ac.id/15648/>
- Isal, M. A., & Sidik, R. M. (2023). Jeratan Social Commerce: Matinya Masa Depan UMKM Di Indonesia Studi Kasus TikTok Shop Di Indonesia. *Commerce Law*, 3(2).
- Lubis, A. F., Anggraini, A. M. T., Kurnia, K., Toha, B., Hawin, M., Sirait, N. N., Prananingtyas, P., Maarif, S., & Silalahi, U. (2017). *Hukum persaingan usaha: Buku teks*.
- Primadhany, E. F., Angraeni, N., Ihsan, R. N., & Rahman, A. A. (2024). Kebijakan Antidumping Dalam Rangka Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Masa Pasca Pandemi. *Journal of Student Research*, 2(3), 32–50.
- Sudarmawan, B. N. (2022). The correlation of international trade and growth in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 30(1), 31–46.
- Syarief, E., Shahrullah, R. S., Jaya, F., & Kurniawan, J. (2021). Potensi Terjadinya Persaingan Usaha Tidak Sehat pada Penggunaan Aplikasi Perdagangan Elektronik di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Supremasi*, 105–114.
- Taris, M. A., Purwana, V. C. P., & Ramdhani, N. M. (2024). Penguatan Standardisasi Produk Impor Pada E-commerce Di Indonesia Dalam Mengatasi Predatory Pricing (Studi Komparasi Kebijakan Anti-Monopoli Dengan Negara Jepang). *Forschungsforum Law Journal*, 1(03), 45–59.
- Tobing, S. A. S. L. (2024). Analisis Tantangan Dan Hambatan Kebijakan Anti-Dumping Untuk Industri Tekstil Indonesia Dalam Mengatasi Dumping China. *Multilingual: Journal of Universal Studies*, 4(4), 46–63.
- Usman, R. (2004). *Hukum persaingan usaha di Indonesia*.
- Zuraidah, Z., Aisyah, E. N., & Shoviaty, M. (2021). *The implementation of Islamic business ethical theory in e-commerce*. <http://repository.uin-malang.ac.id/9832/>