



Tanggung Jawab Pelaku Usaha Skincare Atas Tindakan Penjualan Dibawah Harga Pasar

Anisa Ode^{1*}, Merry Tjoanda², Sarah Selfina Kuahaty³

^{1,2,3} Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

 : annisa.ode1124@gmail.com

Corresponding Author*

Abstract

Pricing strategy plays an important role in determining a company's position in the market. One example of an act of selling below market price. Article 20 of Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition, stipulates that "Business actors are prohibited from supplying goods and/or services by selling at a loss or setting very low prices with the intention of eliminating or ensuring the business of their competitors in the relevant market so that it can result in monopolistic practices and/or unfair business competition". One example of a case is an HM influencer and skincare business actor HBC (Hanum Beauty Care), selling products below market price, where this action is detrimental to resellers. This research is normative juridical using a statutory approach and a conceptual approach. The legal materials used are primary, secondary, and tertiary legal materials. The results of the study show that HM has good intentions objectively and uses the principle of responsibility based on the element of error. Based on the act of selling below market price carried out by HM, HM can be held accountable along with payment of compensation when the reseller can prove that the action caused him a loss. Dispute resolution is done through mediation as a non-litigation solution that is more flexible and beneficial to all parties. If no agreement is reached, formal legal channels through KPPU or civil lawsuits can be an alternative to uphold healthy business competition.

Keywords: *Liability; Business Actors; Principle of Good Faith.*

Abstrak

Strategi harga memainkan peran penting dalam menentukan posisi suatu perusahaan di pasar. Salah satu contoh tindakan penjualan di bawah harga pasar. Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, mengatur 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 memastikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat". Salah satu contoh kasus yakni seorang influencer HM sekaligus pelaku usaha skincare HBC (*Hanum Beauty Care*), melakukan penjualan produk di bawah harga pasar, dimana tindakan tersebut merugikan *reseller*. Penelitian ini adalah yuridis normatif menggunakan pendekatan perundang - undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa HM beritikad baik secara objektif serta menggunakan prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan. Berdasarkan tindakan penjualan dibawah harga pasar yang dilakukan oleh HM, maka HM dapat dimintai pertanggungjawaban disertai dengan pembayaran ganti kerugian ketika *reseller* dapat membuktikan bahwa tindakan tersebut menyebabkan kerugian kepada dirinya. Penyelesaian sengketa dilakukan melalui mediasi sebagai solusi non-litigasi yang lebih fleksibel dan menguntungkan semua pihak. Jika tidak mencapai kesepakatan, jalur hukum formal melalui KPPU atau gugatan perdata dapat menjadi alternatif untuk menegakkan persaingan usaha yang sehat.

Kata Kunci: *Tanggung Jawab; Pelaku Usaha; Prinsip Itikad Baik.*

1 | Anisa Ode, Merry Tjoanda, Sarah Selfina Kuahaty. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Skincare Atas Tindakan Penjualan Dibawah Harga Pasar".

PENDAHULUAN

Salah satu peran krusial hukum di Indonesia adalah menjaga stabilitas ekonomi serta memastikan ketertiban dan keharmonisan di seluruh wilayah. Regulasi dalam perundang-undangan berfungsi sebagai landasan yang memberikan perlindungan hukum bagi para pelaku usaha. Perkembangan pada sektor bisnis sangat dipengaruhi oleh berbagai upaya yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Prinsip demokrasi dalam dunia usaha memberikan kesempatan yang setara bagi setiap pelaku bisnis untuk berpartisipasi secara adil dalam produksi dan distribusi barang maupun jasa melalui aktivitas ekonomi yang efisien dan efektif. Dengan demikian, mereka dapat berkontribusi secara aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dalam sistem pasar yang terorganisir dengan baik.¹

Para pelaku usaha menerapkan berbagai strategi seperti menyusun perjanjian atau kontrak yang mencakup pembagian wilayah pemasaran serta penetapan harga, kualitas, dan jumlah barang atau jasa tertentu. Namun, pendekatan ini dapat memicu persaingan yang tidak sehat di antara pelaku usaha dan berpotensi merugikan kepentingan publik.² Bagi pelaku usaha menentukan harga merupakan aspek krusial karena mencerminkan nilai dari produk yang ditawarkan. Dalam proses penetapan harga berbagai faktor perlu dipertimbangkan termasuk kualitas produk, tingkat kompleksitas produksi, bahan baku yang digunakan serta biaya operasional yang dikeluarkan. Dalam dunia bisnis yang penuh dengan tantangan tidak sedikit pengusaha yang menempuh cara-cara tidak etis demi mencapai kesuksesan dan keuntungan finansial. Oleh karena itu, diperlukan regulasi khusus untuk mengawasi dan mengatur persaingan usaha. Pemberlakuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999) didasari oleh maraknya praktik persaingan usaha yang tidak sehat. Undang-Undang ini bertujuan untuk menciptakan pasar yang lebih kompetitif dengan mencegah dampak negatif dari perjanjian serta kolusi yang dapat membatasi atau bahkan menghilangkan persaingan usaha secara keseluruhan. Hukum persaingan usaha memiliki tujuan utama untuk mendorong persaingan yang adil serta melindungi hak-hak konsumen.

Strategi penetapan harga dibawah harga pasar merupakan taktik yang digunakan oleh perusahaan untuk menjual atau menyediakan barang dan/atau jasa dengan harga sangat rendah guna mengeliminasi pesaing. Dari perspektif ekonomi, *predatory pricing* dilakukan dengan menetapkan harga yang tidak wajar yaitu lebih rendah dari AVC (*average variable cost*) sehingga menciptakan situasi yang dapat merugikan persaingan di dalam pasar.³ Ketentuan mengenai praktik jual rugi diatur dalam Pasal 7 Jo. Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang melarang pelaku usaha mendistribusikan barang dan/atau jasa dengan yang merugikan termasuk menetapkan harga yang sangat rendah dengan tujuan mengeliminasi atau bahkan menghancurkan pesaingnya. Praktik semacam ini dapat menyebabkan kerugian dan menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat.

Reseller adalah individu yang membeli produk dari pelaku usaha utama untuk kemudian dipasarkan kembali. Secara etimologis, istilah reseller berasal dari kata “*re*” yang berarti kembali dan “*seller*” yang berarti penjual sehingga dapat diartikan sebagai seseorang yang

¹ Rai Mantili, Hazar Kusmayanti, dan Anita Afriana, “Problematisasi penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia dalam rangka menciptakan kepastian hukum,” *PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)* 3, no. 1 (2016): 116–32.

² Ahmad Yani dan Widjaja Gunawan, *Seri Hukum Bisnis Anti Monopoli* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1999).

³ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012).

menjual kembali suatu produk. Sementara itu, *influencer* merupakan istilah dari bahasa Inggris “*influence*” yang berarti memengaruhi. *Influencer* adalah seseorang yang memiliki popularitas serta banyak pengikut di media sosial. Mereka sering kali membuat konten yang menarik dan berpotensi memengaruhi pengikutnya. Sebagai contoh, Hanum Mega adalah seorang *influencer* yang aktif membuat konten kecantikan yang memudahkannya dalam mempromosikan produk dari HBC (*Hanum Beauty Care*) merek skincare miliknya sendiri.

Persoalan harga dalam pendistribusian produk kerap kali menimbulkan konflik antara produsen dan *reseller*. Misalnya, dalam produk skincare HBC (*Hanum Beauty Care*) *reseller* membeli produk dengan harga Rp 70.000 dan dibatasi untuk menjualnya kembali dengan harga maksimal Rp 86.500. Namun, Hanum Mega selaku pemilik usaha menetapkan harga pasar yang lebih rendah sehingga mengakibatkan kerugian finansial bagi *reseller*.⁴ Persaingan usaha tidak sehat dilakukan oleh Hanum Mega sebagai seorang *influencer* yang merupakan pelaku usaha skincare HBC (*Hanum Beauty Care*) melakukan penurunan harga produk secara tidak adil atau tidak sesuai dengan kesepakatan dengan *reseller*. Diketahui *reseller* skincare HBC membeli produk di harga Rp 70.000 per unit dan tidak boleh menjual di atas harga Rp 86.500. Namun pihak Hanum Mega justru menjual ke pasaran dengan harga Rp 35.000. Tindakan ini menyebabkan kerugian bagi *reseller*, dengan kerugian mencapai puluhan juta rupiah. Seharusnya penjual menjualkan produk dengan harga sesuai aturan yang telah disepakati antar pelaku usaha dan *reseller*. Namun pada kenyataannya pelaku usaha sekaligus pemilik produk skincare HBC melakukan penjualan harga dibawah harga pasar.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian yuridis normatif, dengan menggunakan pendekatan perundang - undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Teknik pengumpulan bahan dilakukan dengan penelitian kepustakaan, selanjutnya setelah bahan hukum terkumpul maka dianalisis secara kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Itikad Baik Pelaku Usaha Skincare HBC Atas Tindakan Penjualan Harga Dibawah harga Pasar Yang Merugikan Pihak Reseller

Konsep itikad baik berasal dari Hukum Romawi, di mana istilah yang digunakan adalah *ex bona fides*.⁵ *Bona Fides* merupakan suatu gagasan yang awalnya bersumber dari nilai-nilai keagamaan yang mencerminkan kepercayaan seseorang terhadap orang lain, serta mengandung makna kehormatan dan kejujuran dalam interaksi antar individu.⁶ Sementara itu dalam sistem hukum di Belanda, itikad baik dikenal dengan istilah *redelijkheid en billijkheid*. *Redelijk* merujuk pada sesuatu yang dapat dipahami dengan akal sehat, logika, dan pemikiran rasional. Sedangkan *billijk* mengacu pada sesuatu yang dirasakan sebagai wajar, pantas, dan

⁴ “Respons Hanum Mega Usai Dituding Curangi Harga Jual Produk dan Rugikan Reseller | kumparan.com,” diakses 10 Juni 2025, <https://kumparan.com/kumparanhits/respons-hanum-mega-usai-dituding-curangi-harga-jual-produk-dan-rugikan-reseller-21trQVOI30k/full>.

⁵ Wery P.L., *Perkembangan Hukum Tentang Itikad Baik di Nederland* (Jakarta: Percetakan Negara Republik Indonesia, 1990).

⁶ Ridwan Khairandi, *Itikad Baik Dalam Kontrak Di Berbagai Sistem Hukum* (Yogyakarta: FH UII Pers, 2017).

adil dengan penekanan pada aspek perasaan. Dengan demikian, *redelijkheid en billijkheid* mencakup segala hal yang dapat diterima baik secara rasional maupun emosional.⁷

Menurut Sutan Remhy Sjadeini pada dasarnya mencerminkan “itikad baik adalah niat dari pihak yang satu dalam suatu perjanjian untuk tidak merugikan mitra janjinya maupun tidak merugikan kepentingan umum”.⁸ Perjanjian yang dibuat harus berdasarkan asas itikad baik sesuai dengan Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, yang mengatur bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik atau dengan niat baik dan kejujuran dari para pihak. Hal ini dikarenakan asas itikad baik selalu menjadi landasan bagi setiap perbuatan hukum dalam membuat perjanjian untuk mewujudkan suatu kepercayaan. Itikad baik dalam konteks persaingan usaha mengacu pada sikap dan tindakan jujur, transparan, serta menghormati aturan yang berlaku dalam berbisnis. Prinsip ini menjadi dasar dalam menciptakan persaingan usaha yang sehat, adil, dan tidak merugikan pihak lain secara tidak sah. Itikad baik dalam persaingan usaha adalah prinsip yang mengacu pada kejujuran, keterbukaan, dan kepatuhan terhadap norma hukum serta etika bisnis dalam menjalankan aktivitas usaha. Konsep ini menekankan bahwa setiap pelaku usaha harus bersaing secara sehat tanpa melakukan tindakan yang merugikan pesaing atau konsumen secara tidak sah.

Di Indonesia, tujuan utama persaingan usaha adalah untuk mendorong kesejahteraan masyarakat dengan memaksimalkan manfaat konsumen dan meningkatkan efisiensi secara keseluruhan melalui persaingan usaha yang sehat. Lebih jauh, persaingan usaha memberikan kesempatan yang sama kepada pelaku usaha, terlepas dari skalanya baik besar, kecil maupun menengah. Pasal 2 dan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menguraikan asas dan tujuan persaingan usaha yang diharapkan dapat membantu mencapai demokrasi ekonomi sebagaimana dirincikan dalam Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Hukum persaingan usaha adalah peraturan yang mengatur interaksi antara perusahaan atau pelaku usaha dalam operasi pasar, dimana tindakan mereka dipengaruhi oleh insentif ekonomi. Secara hukum, persaingan usaha secara konsisten dikaitkan dengan dinamika ekonomi yang berorientasi pasar, dimana pelaku usaha termasuk perusahaan dan *reseller* memiliki kebebasan untuk bersaing mendapatkan perhatian konsumen guna mencapai tujuan bisnis atau perusahaan yang mereka jalankan.⁹ persaingan usaha dalam sistem pasar memotivasi perusahaan atau pelaku usaha untuk berinovasi dengan mengembangkan berbagai produk dengan harga yang kompetitif, sehingga memberikan keuntungan bagi produsen dan konsumen. Selain itu, persaingan usaha sangat penting dalam memastikan alokasi sumber daya yang efisien sesuai dengan tujuan yang dimaksudkan dan membantu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Model bisnis *reseller* telah menjadi trend di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa menjadi *reseller* lebih minim risiko dibandingkan langsung memproduksi barang sendiri. Mengutip buku *Step By Step Bisnis Dropshipping dan Reseller* karya Ahmad Syafii, *reseller* biasanya membeli produk dalam jumlah tertentu dari produsen atau distributor utama, lalu menjualnya kembali langsung kepada konsumen.

⁷ Ridwan Khairandi, *Franchisor Sebagai Predator Perlunya Itikad Baik Dalam Pelaksanaan Kontrak Franchise* (Yogyakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia Lembaga Studi Hukum dan Ekonomi, 2006).

⁸ Sutan Remy Sjadeini, *Kebebasan Berkontrak Dan Perlindungan Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Di Indonesia* (Jakarta: Institut Bankir Indonesia, 1993).

⁹ H Abustan, *Dimensi-dimensi Penting Hukum Persaingan Usaha* (Tasikmalaya: Edu Publisher, 2023).

Reseller adalah orang atau badan usaha yang menjual barang milik penjual lain tanpa memiliki kepemilikan langsung atas produk tersebut. Oleh karena itu, *reseller* terlibat dalam mempromosikan dan mendongkrak penjualan produk dari sumber lain. Dalam bidang ilmu manajemen, metode yang digunakan oleh *reseller* tergolong strategi distribusi tidak langsung.

Secara umum, *reseller* beroperasi sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh badan usaha utama atau melalui perjanjian yang disetujui kedua belah pihak. Model bisnis *reseller* menarik banyak orang karena memberikan peluang untuk menghasilkan pendapatan tambahan. Lebih jauh lagi, sistem penjualan ini memberikan beberapa keuntungan bagi *reseller*, meliputi efisiensi biaya, tenaga dan waktu. Dalam jangka pendek, strategi tindakan yang merugikan menawarkan keuntungan bagi konsumen karena harga produk yang lebih rendah. Namun demikian, dengan menyingkirkan pesaing dan menghalangi masuknya pelaku usaha baru, perusahaan yang berdominan atau mapan dapat menaikkan harga secara signifikan di masa mendatang. Biasanya, harga yang dimaksudkan untuk menutup kerugian awal ditetapkan pada harga monopoli yang jauh lebih tinggi, yang pada akhirnya merugikan *reseller*.

Praktik ini bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan, tetapi juga mengakibatkan dampak buruk akibat penggunaan harga yang merugikan. Meskipun harga rendah dapat memberikan manfaat bagi konsumen, keuntungan tersebut hanya bersifat sementara. Setelah beberapa waktu, ketika para pesaing telah tersingkir dari pasar, konsumen justru akan dirugikan karena pelaku usaha mulai menetapkan harga yang jauh lebih tinggi, yang berpotensi mengarah pada praktik monopoli. Kasus skincare HBC (*Hanum Beauty Care*) akibat penjualan dibawah harga pasar yang dilakukan oleh pelaku usaha pada salah satu produk *body scrub* yakni Numilk berdampak bagi *reseller*. Para *reseller* mengalami kerugian finansial yang signifikan, beberapa *reseller* mengalami kerugian mencapai puluhan juta rupiah. Salah satu *reseller* mengungkapkan bahwa setelah dua bulan bergabung, sistem kemitraan diubah secara sepihak, memaksa mereka untuk memesan dalam jumlah besar. Namun tidak lama kemudian, Hanum Mega seorang pelaku usaha sekaligus produsen menjual produknya dengan harga jauh dibawah modal distributor, menyebabkan kerugian bagi *reseller*. *Reseller* membeli produk HBC (*Hanum Beauty Care*) seharga Rp70.000 per unit dengan ketentuan harga jual kembali maksimal Rp86.500. Namun, Hanum Mega menjual produk yang sama seharga Rp35.000 melalui platform pribadinya.

Di Indonesia, konsep itikad baik diatur dalam Pasal 1338 KUH Perdata yang mengatur bahwa "Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik". Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan suatu perjanjian haruslah berpegang pada asas kepatutan dan keadilan. Secara hukum, pengertian itikad baik mencakup ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan dengan pengertian umum sehari-hari. Asas itikad baik menjadi salah satu instrument hukum untuk membatasi kebebasan berkontrak dan kekuatan mengikatnya perjanjian. Asas itikad baik ini diartikan dalam dua pengertian.¹⁰

Itikad baik dalam arti objektif, artinya setiap perjanjian yang dibuat harus dilaksanakan dengan mempertimbangkan standar kepatutan dan etika. Ini menyiratkan bahwa pemenuhan perjanjian harus dilakukan secara adil dan tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Dalam transaksi yang melibatkan penjualan dan pembelian, para pelaku usaha berperilaku rasional dan selaras dengan standar kepatutan dan etika. Tujuannya untuk menumbuhkan keadilan bagi semua pihak yang terlibat dan menghindari kerugian apapun. Contoh

¹⁰ Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 1993).

pelanggaran itikad baik objektif, Pelanggaran Kejujuran yaitu pelaku usaha yang dapat dikatakan berhasil terhadap kejujuran agar mereka tidak memberikan harga yang sejujurnya kepada konsumen serta kualitas-kualitas dari barang yang ditawarkannya. Kemudian pelanggaran kejujuran pelaku usaha juga adalah tidak memiliki itikad baik saat melakukan transaksi jual beli *online*.

Itikad baik dalam pengertian subjektif mengacu pada persepsi itikad baik yang ada dalam pola pikir batin seseorang. Dalam hukum benda, konsep itikad baik ini dapat dipahami sebagai integritas. Tujuannya untuk mencegah terjadinya wanprestasi dalam melakukan transaksi jual beli *online* yang dimana kedua belah pihak tidak bertemu secara langsung maka prinsip dari itikad baik yang terletak pada sikap batin seseorang sangat diperlukan.¹¹ Contoh pelaku usaha yang memiliki itikad baik subyektif yakni pada kasus Hanum Mega terkait dengan produknya skincare HBC (*Hanum Beauty Care*) atas tindakan penjualan di bawah harga pasar membuat para *reseller* mengalami kerugian hingga ratusan juta. Ia menunjukkan itikad baik subyektif dengan mengambil langkah-langkah untuk bertanggung jawab atas kerugian yang dialami para *reseller*. Salah satu bentuk itikad baik Hanum Mega bertanggung jawab atas kerugian yang di alami resellernya dengan cara membeli kembali produk tersebut dengan syarat semua produk harus utuh 100 pcs dan siapkan bukti pembelian pada bula juli, agustus dan september produk Numilk.¹²

B. Pertanggung Jawaban Pelaku usaha Skincare HBC Atas Tindakan Penjualan Harga Dibawah Harga Pasar

Predatory pricing yang juga dikenal sebagai strategi penetapan harga dibawah harga pasar adalah metode penjualan atau pengiriman barang dan/atau jasa dengan menetapkan harga yang sangat rendah sehingga merugikan guna menyingkirkan pesaing. Dari sudut pandang ekonomi, pendekatan ini dilakukan dengan menetapkan harga yang tidak masuk akal, khususnya lebih rendah dari biaya variable rata-rata.¹³ Tindakan penjualan dibawah harga pasar dengan harga lebih rendah dari harga pasar sering dilakukan oleh pelaku usaha tertentu dengan tujuan untuk menjatuhkan atau bahkan menjerumuskan pesaingnya ke jurang kebangkrutan. Dari sudut pandang ekonomi, taktik ini berarti menetapkan harga jual yang jauh lebih rendah dari harga pasar yang berlaku, sehingga merugikan pesaing.

Menetapkan harga dengan sangat rendah menghadirkan tantangan dalam perhitungan variabelnya sehingga penjualan produk dengan kerugian dalam pasar atau dunia bisnis dianggap sebagai praktik yang merugikan. Hal ini terjadi karena pesaing kesulitan menyesuaikan harga dengan pelaku usaha yang menerapkan strategi tersebut. Seiring waktu, pesaing akan mengalami kerugian karena konsumen lebih memilih produk dengan harga yang jauh lebih murah. Dengan kata lain, pelaku usaha yang sengaja menjual dengan kerugian bertujuan untuk menekan pesaing dan mencegah mereka memperoleh kekuatan di pasar. Konsep perbuatan melawan hukum yang diimplementasikan di Negara Indonesia berasal dari perkembangan sistem hukum Eropa Kontinental (*civil law*) yang diatur pada Pasal 1365 hingga Pasal 1380 KUH Perdata. Pasal-pasal tersebut mengatur bentuk tanggung jawab atas perbuatan melawan hukum. Perbuatan melawan hukum diatur pada Buku III KUH Perdata tentang perikatan, yang pada umumnya dikuasai oleh satu aturan pokok yang umumnya

¹¹ Chory Ayu Sugesti, Si Ngurah Ardhya, dan Muhamad Jodi Setianto, "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Yang Mengalami Kerugian Yang Disebabkan Oleh Konsumen Di Kota Singaraja," *Jurnal Komunitas Yustisia* 3, no. 3 (2020): 166-75.

¹² "Respons Hanum Mega Usai Dituding Curangi Harga Jual Produk dan Rugikan Reseller | kumparan.com."

¹³ Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*.

dinyatakan pada Pasal 1365 KUH Perdata mengatur “Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut”.

Setiap perbuatan melawan hukum yang membawa kerugian kepada orang lain mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu mengganti kerugian tersebut. Demikian pula pesaing yang dirugikan akibat praktik-praktik dagang curang atau tindakan penjualan dibawah harga pasar dapat menuntut secara perdata berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, siapa pun yang merasa dirugikan oleh perbuatan orang lain yang melawan hukum lantas memilik akses untuk menuntut ganti rugi secara hukum. Jelas Pasal ini tidak mengatur persaingan secara khusus. Hanya saja karena “keluasannya”, Pasal ini dapat dijadikan dasar oleh mereka yang menderita kerugian akibat tindakan penjualan dibawah harga pasar di dalam persaingan usaha.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam mengawasi persaingan usaha serta memiliki peran krusial dalam memantau perkembangan ekonomi digital. Pengawasan ini bertujuan untuk mencegah praktik monopoli serta persaingan usaha yang tidak sehat, sekaligus memastikan perlindungan bagi seluruh pelaku usaha. Sebagai lembaga independen, KPPU melaksanakan tugasnya tanpa adanya campur tangan dari pihak lain. Namun, meskipun praktik *predatory pricing* memiliki dampak besar terhadap *e-commerce* di Indonesia, jumlah putusan KPPU terkait pelanggaran tersebut masih terbatas. KPPU melakukan kajian untuk mengetahui potensi praktik merugikan yang dilakukan pelaku usaha dengan menilai harga yang tidak wajar. Kajian ini dilakukan melalui dua aspek utama. Pertama, dengan menganalisis kekuatan pasar yang meliputi struktur pasar, tingkat konsentrasi penjual dan hambatan bagi pesaing untuk memasuki pasar. Kedua, meneliti harga yang ditetapkan pelaku usaha yang diduga melakukakn praktik merugikan dengan membandingkannya dengan biaya produksi.

Pertanggung jawaban berasal dari kata dasar “tanggung” dan “jawab”. Secara umum, tanggung jawab hukum dapat diartikan sebagai akibat hukum yang muncul akibat suatu kesalahan, baik yang disengaja terjadi karena kelalaian maupun tanpa adanya kesalahan.¹⁴ Kewajiban pelaku usaha bersumber dari hubungan antara produsen dan *reseller*, dimana masing-masing pihak memiliki tanggung jawabnya sendiri. Hubungan ini dilandasi oleh kepentingan bersama, khususnya untuk mencapai keuntungan sebesar-besarnya melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi. Apabila *reseller* mengalami kerugian, maka mereka berhak meminta pertanggung jawaban dari pelaku usaha dalam bentuk ganti rugi yang sesuai.

Tanggung jawab merupakan kondisi yang mengharuskan seseorang yang melakukan kesalahan untuk menanggung akibat dari tindakannya yang dapat berujung pada tindakan hukum atau tuntutan hukum. Kewajiban untuk menanggung risiko muncul dari tindakan yang dilakukan dan tindakan tersebut dapat menjadi dasar gugatan hukum. *Reseller* yang mengalami kerugian berhak mengajukan pengaduan dan memperoleh ganti rugi dari pelaku usaha. Di sisi lain, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk menerima pengaduan dan memberikan ganti rugi yang adil kepada *reseller*.

Secara umum, prinsip-prinsip pertanggung jawaban hukum dapat dikelompokkan sebagai berikut: 1) Prinsip Pertanggung Jawaban Berdasarkan Unsur Kesalahan. Prinsip ini yang

¹⁴ Rony Andre Christian Naldo, dkk, *Penerapan Pertanggungjawaban Mutlak Sebab Perbuatan Melawan Hukum Mengakibatkan Kerugian Lingkungan Hidup* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2022).

disebut dengan istilah tanggung jawab karena kesalahan atau tanggung jawab berdasarkan kesalahan, lazim digunakan baik dalam hukum pidana maupun hukum perdata. Dalam KUH Perdata prinsip ini secara khusus diatur dalam Pasal 1365, 1366, dan 1367. Prinsip ini menegaskan bahwa seseorang hanya dapat dimintai pertanggung jawaban secara hukum jika dalam perbuatannya terdapat unsur kesalahan; 2) Prinsip Praduga Untuk Selalu Bertanggung Jawab. Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan sebaliknya sehingga menempatkan kewajiban pembuktian pada tergugat. Gagasan pengalihan beban pembuktian didasarkan pada premis bahwa seseorang dianggap bersalah sampai ia dapat menunjukkan bukti ketidaksalahannya, beban pembuktian berada pada pihak tergugat sesuai dengan konsep pembalikan beban pembuktian. Meskipun berada dengan prinsip praduga tidak bersalah, prinsip ini dianggap relevan dalam kasus sengketa pelaku usaha dan *reseller* pada konteks perlindungan konsumen. Dalam hal ini pelaku usaha yang digugat wajib membuktikan bahwa mereka tidak melakukan kesalahan. 3) Prinsip Praduga Tidak Selalu Bertanggung Jawab. Dalam hukum prinsip ini menyatakan bahwa seseorang atau pihak tidak serta merta dianggap bertanggung jawab atas suatu kejadian atau kerugian, kecuali terdapat bukti yang menunjukkan kesalahannya. Prinsip ini sering diterapkan dalam transaksi konsumen dan hukum pengangkutan, dimana pihak yang dituduh harus dibuktikan bersalah terlebih dahulu sebelum dapat dimintai pertanggung jawaban. Dalam praktiknya, prinsip ini tidak berlaku secara mutlak. Artinya, jika terdapat bukti bahwa pihak yang diduga tidak bertanggung jawab sebenarnya melakukan kelalaian atau kesalahan maka ia tetap dapat dimintai pertanggung jawaban. Dalam hubungan bisnis antara pelaku usaha dan *reseller* sering terjadi permasalahan yang menimbulkan kerugian bagi *reseller*. Namun tidak semua kasus secara otomatis menjadikan pelaku usaha bertanggung jawab. Penerapan asas praduga tidak selalu bertanggung jawab dalam kasus ini berarti bahwa *reseller* harus membuktikan kerugiannya benar-benar disebabkan oleh kesalahan atau kelalaian pelaku usaha dalam menjalankan bisnis. 4) Prinsip tanggung Jawab Mutlak. Tanggung jawab mutlak adalah jenis tanggung jawab yang tidak bergantung pada unsur kesalahan sebagai persyaratan utama. Namun demikian, dalam keadaan tertentu ada pengecualian yang memperbolehkan pelepasan tanggung jawab, seperti dalam kasus *force majeure*. Asas ini sangat penting dalam perlindungan konsumen di mana badan usaha harus bertanggung jawab langsung atas kerugian yang dialami konsumen tanpa perlu menetapkan kesalahan terlebih dahulu.

Hanum Mega sebagai pemilik skincare HBC (*Hanum Beauty Care*) telah menunjukkan bentuk tanggung jawab atas penjualan produk dibawah harga pasar dengan menawarkan *buyback* atau pembelian kembali produk Numilk dari *reseller* yang merasa dirugikan. Pernyataan yang dibuat melalui akun media sosial instagram Hanum Mega menyatakan bahwa ia akan membeli kembali produk dalam kondisi utuh dengan syarat tertentu, termasuk pembelian yang dilakukan melalui distributor resmi pada bulan juli, agustus, dan september. Langkah ini menunjukkan bahwa Hanum Mega tidak hanya mengakui dampak dari kebijakan harga yang ia lakukan tetapi juga berusaha untuk meminimalkan kerugian bagi reseller lain yang berdampak atas tindakan tersebut. Bentuk pertanggung jawaban ini dapat dinilai sebagai tindakan pemulihan (*restorative action*) untuk mengembalikan keseimbangan dalam distribusi produk skincare HBC (*Hanum Beauty Care*). Dari perspektif teori tanggung jawab hukum, langkah yang diambil Hanum Mega lebih mengarah pada tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan. Hal ini karena tindakan penjualan dibawah harga pasar dianggap sebagai kesalahan yang merugikan pihak lain yaitu *reseller* yang mengikuti harga resmi. Dengan

menawarkan *buyback*, Hanum Mega secara tidak langsung mengakui adanya dampak negatif dari tindakannya dan bersedia untuk memperbaiki situasi.

Penyelesaian sengketa terdiri dari dua istilah, yaitu “penyelesaian” dan “sengketa”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, penyelesaian diartikan sebagai proses, cara, atau upaya dalam menyelesaikan suatu masalah. Sedangkan sengketa berarti sesuatu yang menimbulkan perbedaan pendapat, pertentangan atau konflik. Jika kedua istilah digabung, penyelesaian sengketa dapat diartikan sebagai proses, cara atau tindakan yang dilakukan untuk menyelesaikan perbedaan pendapat, pertentangan atau perselisihan. Sengketa yang timbul di antara para pihak yang terlibat dapat diselesaikan melalui dua jalur yaitu jalur litigasi (melalui lembaga peradilan) dan non litigasi (diluar pengadilan).

Penyelesaian sengketa melalui litigasi dilakukan dengan cara menyerahkan masalah tersebut ke lembaga peradilan dimana perselisihan di antara para pihak yang bersengketa dinilai dan ditetapkan oleh hakim. Pendekatan litigasi atau peradilan merupakan metode penyelesaian sengketa yang paling sering digunakan baik dalam masalah publik maupun privat meskipun seringkali memakan waktu. Litigasi merupakan proses penyelesaian konflik yang dilakukan melalui jalur pengadilan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Sebaliknya, non litigasi merupakan metode penyelesaian sengketa yang dilakukan di luar jalur pengadilan. Metode yang digunakan dalam non-litigasi biasanya lebih berfokus pada musyawarah dan kekeluargaan untuk mencapai kesepakatan antara piha-pihak yang berkonflik.

Reseller skincare HBC (*Hanum Beauty Care*) yang merasa dirugikan akibat praktik penjualan dibawah harga pasar yang dilakukan oleh Hanum Mega dapat menempuh upaya hukum sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah melaporkan kasus ini ke Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dengan bukti-bukti yang menunjukkan adanya dugaan *predatory pricing* atau bentuk persaingan usaha tidak sehat. Selain itu, *reseller* juga dapat menempuh jalur perdata dengan mengajukan gugatan ganti rugi apabila mereka mengalami kerugian finansial akibat kebijakan harga yang merugikan tersebut. Namun, sebelum menempuh jalur litigasi (pengadilan) ada opsi lain yang lebih cepat dan efisien yaitu penyelesaian sengketa secara non-litigasi. Dalam kasus ini, sengketa diselesaikan melalui mediasi dimana pihak pertama (Hanum Mega sebagai pemilik produk skincare HBC), pihak kedua (distributor resmi) dan pihak ketiga (*reseller*) duduk bersama untuk mencapai solusi yang menguntungkan semua pihak. Media adalah salah satu bentuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang bertujuan untuk mencari kesepakatan damai tanpa melalui proses hukum yang panjang. Dalam mediasi ini, *reseller* yang dirugikan menyampaikan keluhannya terkait kerugian yang mereka alami akibat penjualan dibawah harga pasar, sementara Hanum Mega sebagai pemilik produk diberikan kesempatan untuk menjelaskan latar belakang tindakannya serta mencari solusi yang adil bagi semua pihak.

Pada akhirnya, Hanum Mega menunjukkan itikad baik dengan bersedia bertanggung jawab atas dampak kebijakan harga yang diterapkan. Salah satu bentuk tanggung jawabnya adalah melakukan *buyback* atau pembelian kembali produk dari *reseller* yang merasa dirugikan, dengan syarat tertentu seperti kondisi produk yang masih baik dan pembelian dilakukan melalui distributor resmi pada bulan juli, agustus dan september. Langkah ini menunjukkan bahwa meskipun awalnya terjadi permasalahan dalam strategi harga, Hanum Mega tetap

berusaha memulihkan kepercayaan *reseller* dan menjaga ekosistem bisnisnya. Dengan adanya *buyback* ini, *reseller* yang mengalami kesulitan menjual produk dengan harga yang menguntungkan dapat meminimalkan kerugiannya.

Penyelesaian sengketa melalui mediasi dalam kasus ini menjadi solusi yang lebih efektif dibandingkan dengan proses hukum formal. Non litigasi tidak hanya hemat waktu dan biaya tetapi juga membantu menjaga hubungan baik antara pemilik produk, distributor dan *reseller* dalam jangka panjang. Keputusan Hanum Mega untuk bertanggung jawab menunjukkan bahwa itikad baik dalam bisnis sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan keberlangsungan usaha. Dengan demikian, kasus ini menjadi contoh bagaimana sengketa bisnis dapat diselesaikan secara damai dan profesional tanpa harus berujung pada perselisihan hukum yang lebih besar.

KESIMPULAN

Tanggung jawab pelaku usaha skincare HBC (*Hanum Beauty Care*) atas tindakan penjualan dibawah harga pasar menunjukkan bahwa dalam dunia bisnis, itikad baik dan keadilan bagi mitra usaha sangatlah penting, dengan adanya kebijakan harga yang merugikan pihak *reseller*, pihak pertama pemilik produk skincare HBC (*Hanum Beauty Care*) yakni Hanum Mega harus bertanggung jawab untuk memulihkan keseimbangan ekosistem bisnis yang telah terganggu. Dalam kasus ini, Hanum Mega sebagai pemilik skincare HBC (*Hanum Beauty Care*) produk Numilk untuk bertanggung jawab dengan cara *buyback* produk *reseller* yang berdampak merupakan langkah nyata dalam menjaga kepercayaan dan keberlanjutan bisnis. Tindakan ini tidak hanya mengurangi dampak kerugian bagi *reseller* tetapi juga menjadi bentuk tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan di mana pelaku usaha menyadari dampak kebijakan bisnisnya dan bersedia memperbaikinya secara sukarela. Upaya hukum yang dapat dilakukan dalam kasus penjualan dibawah harga pasar melibatkan jalur litigasi maupun non litigasi tergantung pada pendekatan yang diambil oleh pihak-pihak yang terdampak. Dalam kasus skincare HBC (*Hanum Beauty Care*), jalur non litigasi melalui mediasi dipilih sebagai solusi terbaik yang melibatkan pemilik usaha, distributor dan *reseller* untuk mencari jalan keluar yang adil tanpa harus melalui proses peradilan yang panjang memakan waktu dan biaya. Penyelesaian melalui mediasi ini menunjukkan bahwa sengketa bisnis dapat diselesaikan dengan cara yang lebih fleksibel dan menguntungkan semua pihak. Jika upaya ini tidak mencapai kesepakatan maka jalur hukum formal melalui Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) atau gugatan perdata bisa menjadi alternatif untuk menegakkan prinsip persaingan usaha yang sehat.

REFERENSI

- Abustan, H. *Dimensi-dimensi Penting Hukum Persaingan Usaha*. Tasikmalaya: Edu Publisher, 2023.
- Adi Nugroho, Susanti. *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Andre Christian Naldo, dkk, Rony. *Penerapan Pertanggungjawaban Mutlak Sebab Perbuatan Melawan Hukum Mengakibatkan Kerugian Lingkungan Hidup*. Makassar: Nas Media Pustaka, 2022.

- Khairandi, Ridwan. *Franchisor Sebagai Predator Perlunya Itikad Baik Dalam Pelaksanaan Kontrak Franchise*. Yogyakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia Lembaga Studi Hukum dan Ekonomi, 2006.
- — —. *Itikad Baik Dalam Kontrak Di Berbagai Sistem Hukum*. Yogyakarta: FH UII Pers, 2017.
- Mantili, Rai, Hazar Kusmayanti, dan Anita Afriana. "Problematika penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia dalam rangka menciptakan kepastian hukum." *PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)* 3, no. 1 (2016): 116–32.
- P.L., Wery. *Perkembangan Hukum Tentang Itikad Baik di Netherland*. Jakarta: Percetakan Negara Republik Indonesia, 1990.
- Remy Sjahdeini, Sutan. *Kebebasan Berkontrak Dan Perlindungan Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Di Indonesia*. Jakarta: Institut Bankir Indonesia, 1993.
- "Respons Hanum Mega Usai Dituding Curangi Harga Jual Produk dan Rugikan Reseller | kumparan.com." Diakses 10 Juni 2025. <https://kumparan.com/kumparanhits/respons-hanum-mega-usai-dituding-curangi-harga-jual-produk-dan-rugikan-reseller-21trQVOI30k/full>.
- Subekti. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Citra Aditya Bakti, 1993.
- Sugesti, Chory Ayu, Si Ngurah Ardhya, dan Muhamad Jodi Setianto. "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Yang Mengalami Kerugian Yang Disebabkan Oleh Konsumen Di Kota Singaraja." *Jurnal Komunitas Yustisia* 3, no. 3 (2020): 166–75.
- Yani, Ahmad, dan Widjaja Gunawan. *Seri Hukum Bisnis Anti Monopoli*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1999.