

TUGAS DAN WEWENANG KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA TERHADAP TRANSPORTASI ONLINE¹

Oleh: Triadno Vico Mertosono²

Wulanmas A.P.G. Frederik³

Refly Singal⁴

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana terjadinya tugas dan wewenang komisi pengawas persaingan usaha terhadap transportasi *online* dan bagaimana bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang dengan metode penelitian hukum normatif disimpulkan: 1. Tugas dan wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha terhadap transportasi *online*, meliputi upaya melakukan penilaian terhadap perjanjian, melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha, dan penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat serta mengambil tindakan sesuai dengan kewewenangan Komisi Pengawas Persaingan Usaha serta memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan pemerintah. 2. Perjanjian yang dilarang diantaranya, pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Kata Kunci: Transportas *Online*; Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat perdagangan seperti terkaget kaget bahwa teknologi informasi tidak harus secara formal berbadan hukum. Bisnis online diberbagai bidang termasuk didalam transportasi online ternyata tidak mengharuskan berbentuk korporasi sehingga pengaturan bisnis transportasi online hanya membutuhkan aplikasi teknologi informasi dan pemilik aplikasi tidak perlu memasuki bisnis transportasi melainkan hanya memfasilitasi saja atau hanya mempermudah. Aplikasi itu hanya mempertemukan konsumen pemakai jasa transportasi dengan driver penyedia layanan jasa

transportasi.⁵ Keberadaan subjek hukum badan hukum pada transportasi darat *online* yang mempunyai hubungan khusus. Haruskah penyedia jasa transportasi *online* seperti driver selaku penyedia jasa angkutan online langung berbadan hukum seperti moda transportasi *online* tradisional, terkait dengan transportasi umum. Padahal secara teknis pribadi sebagai driver dapat melayani langsung konsumen seperti halnya ojek *non-online*. Subjek hukum perorangan (*natuurlijke person*) perseorangan pun dapat menjadi subjek hukum dalam melaksanakan usaha perdagangan dan jasa secara perorangan.⁶

Pengaturan bisnis transportasi darat yang mapan dipertanyakan efektifitasnya berhadapan dengan teknologi informasi yang memfasilitasi jasa transportasi antara konsumen dengan penyedia jasa langsung dalam hal ini adalah driver yang dihubungkan oleh penyedia aplikasi *online* yang bukan pengusaha transportasi darat. Penyedia jasa *online* adalah bergerak dalam usaha aplikasi dan bukan pengusaha transportasi.⁷

Adanya persaingan usaha transportasi *online*, akan menyebabkan terjadi persaingan usaha tidak sehat. Oleh karena itu perlu dikaji mengenai tugas dan wewenang komisi pengawas persaingan usaha terhadap kegiatan transportasi *online* dan bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum bagi semua pihak dalam menjalankan kegiatan usaha transportasi *online* dan juga diperlukan agar hukum dapat menciptakan rasa keadilan bagi semua pihak dan dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Sebagaimana diketahui tujuan hukum itu untuk memberikan kepastian hukum, keadilan dan kemanfaatan bagi seluruh masyarakat.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimanakah terjadinya tugas dan wewenang komisi pengawas persaingan usaha terhadap transportasi *online*?
2. Bagaimanakah bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

C. METODE PENELITIAN

Pemanfaatan Aplikasi Oleh Penyelenggara *Online*. Lex Jurnalica, Volume 13 Nomor 2, Agustus 2016. hlm. 127.

⁶ *Ibid*.

⁷ *Ibid*.

¹ Artikel Skripsi

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM 18071101516

³ Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

⁴ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

⁵ Agus Pribadiono. Transportasi *Online* Vs Transportasi Tradisional *Nononline* Persaingan Tidak Sehat Aspek

Metode yang digunakan adalah metode penelitian normatif yang merupakan prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan hukum dari sisi normatifnya.⁸

PEMBAHASAN

A. Tugas Dan Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha Terhadap Transportasi *Online*

Bentuk kemitraan yang berkembang cukup pesat dalam praktik salah satunya adalah perusahaan yang mengembangkan usaha transportasi online seperti gojek atau grab. Dalam pengoperasiannya PT. Gojek Indonesia menjalin kerjasama kemitraan dengan para driver dengan mengikatkan dirinya melalui perjanjian kemitraan. PT. Gojek Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi. Melalui aplikasi yang dikeluarkannya yaitu Gojek, orang-orang (konsumen) bisa memanfaatkannya untuk mendapatkan suatu pelayanan berupa jasa antar dan jemput barang maupun orang, juga sebuah pelayanan untuk memesan seperti memesan barang yang diantar dengan transport roda dua (motor) ataupun transport roda empat (mobil). Perjanjian kemitraan ini ada di aplikasi Gojek Driver sehingga berarti perjanjian ini dilakukan secara online atau dapat dibidang merupakan e-contract. Ketika driver mengklik persetujuan secara elektronik atas perjanjian kemitraan gojek pada aplikasi Gojek Driver tersebut, berarti driver telah setuju dengan perjanjian kerjasama kemitraan yang ada dalam aplikasi Gojek Driver tersebut. Para driver tidak dapat menambah atau mengurangi isi dari perjanjian tersebut.⁹

Praktik usaha transportasi online ini tidak didasarkan pada adanya akta notaris sebagai dasar perikatan walaupun perusahaan yang dikembangkan berskala besar, namun terlibat di dalamnya pelaku usaha kecil dan menengah. Pelaku usaha kecil dikecualikan dari UU No. 5 Tahun 1999, namun demikian Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) berwenang mengawasi pelaksanaan dari perjanjian kemitraan bila dalam pelaksanaannya terbukti melanggar persaingan usaha yang tidak sehat. Oleh karena itu KPPU memiliki kewenangan sebagai lembaga pengawas perjanjian kemitraan ketika dapat mengindikasikan terjadi "penguasaan" dalam praktik kemitraan, namun jika terjadi permasalahan hukum di antara pihak dalam perjanjian kemitraan di luar konteks persaingan usaha maka tidak berlaku

rezim UU No. 5 Tahun 1999, namun diselesaikan dengan mekanisme beracara dengan menyesuaikan pada lembaga penyelesaian sengketa yang dipilih para pihak dalam perjanjian.¹⁰

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, mengatur Tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha, sebagaimana dinyatakan pada Pasal 35: Tugas Komisi meliputi:

- a. melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16;
- b. melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24;
- c. melakukan penilaian terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28;
- d. mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36;
- e. memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- f. menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-undang ini;
- g. memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, mengatur Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha, sebagaimana dinyatakan pada, Pasal 36. Wewenang Komisi meliputi:

- a. menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- b. melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- c. melakukan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktek monopoli dan

⁸Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Citra Aditya Bakti. Bandung. 2007. hlm. 57.

⁹Anita Afriana, Agus Mulya Karsona dan Sherly Ayuna Putri. *Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Dan*

Penyelesaian Sengketa. Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Fakultas Hukum Unpad ISSN: 2614-3542 EISSN: 2614-3550 Volume 4, Nomor 1, Desember 2020. hlm. 4.

¹⁰*Ibid*. hlm. 4-5.

atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud huruf e dan huruf f, yang tidak bersedia memenuhi panggilan Komisi;

- d. meminta keterangan dari instansi Pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini;
- e. mendapatkan, meneliti, dan atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan;
- f. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat;
- g. memberitahukan putusan Komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- h. menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Penjelasan Pasal 36 huruf (g) Yang dimaksud dengan *penyidik* adalah penyidik sebagaimana dimaksudkan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1981.

Perusahaan digital merupakan perusahaan yang hubungan bisnisnya dilakukan secara digital, baik itu dari segi pelanggan, pemasok, maupun tenaga kerjanya. Di Indonesia sendiri, perusahaan-perusahaan digital telah menjamur dan menjadi suatu hal yang tidak lagi asing. Sebagai contoh adanya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang transportasi kini telah menggunakan *online* sebagai sarana dan prasarannya seperti perusahaan Gojek dan Grab, maupun perusahaan yang bergerak di bidang jual-beli *online* seperti *e-commerce* yaitu seperti Tokopedia. Perusahaan yang bergerak di bidang transportasi maupun di bidang perdagangan *online* merupakan perwujudan signifikan mengenai kemajuan teknologi dan kerap kali menjadi pilihan bagi para masyarakat dikarenakan segala kemudahan yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan transportasi online seperti Gojek dan Grab mengutamakan penggunaan gawai dan internet baik bagi pengguna layanan maupun driver. Gojek menyediakan suatu aplikasi yang mana memudahkan konsumen untuk melakukan perjalanan dengan menggunakan kendaraan roda

dua maupun empat tanpa harus kesulitan dalam mendapatkan driver, hanya dengan satu kali klik maka konsumen telah mendapatkan driver yang dapat mengantar mereka ke tempat tujuan. Sementara dalam hal perusahaan *e-commerce* seperti Tokopedia, perusahaan menawarkan kemudahan bagi konsumen dalam mencari serta membeli barang tanpa harus melakukan tatap muka selayaknya pasar-pasar konvensional. Dengan menawarkan berbagai banyak pilihan dengan *range* harga serta toko yang beragam, hal ini membuat konsumen lebih memilih untuk berbelanja melalui *e-commerce*.¹¹

Belakangan ini cukup banyak perusahaan-perusahaan digital yang melakukan merger perusahaan dalam meningkatkan nilai dari perusahaan-perusahaan tersebut. Seperti contohnya adalah merger dari perusahaan Gojek dan Tokopedia membentuk grup GoTo yang resmi diumumkan pada 17 Mei 2021. Pembentukan grup GoTo ini bertujuan untuk membentuk suatu kombinasi atas layanan *e-commerce, on-demand*, serta layanan pembayaran dan keuangan. Dengan merger antara dua perusahaan digital di Indonesia ini, digadang-gadang GoTo dapat memberikan kemudahan-kemudahan bagi para konsumen serta memberikan manfaat yang jauh lebih besar kepada mitra *driver* Gojek dan penjual atau merchant toko di Tokopedia dengan memberikan layanan salah satunya dengan menawarkan jasa pengiriman *e-commerce same day* yang dapat membuat konsumen menerima barang yang dibeli di Tokopedia menjadi lebih cepat dan murah, selain itu juga terdapat fitur pembayaran *via Gopay* yang memberi opsi semakin luas pada konsumen untuk memilih metode pembayaran. Merger sendiri merupakan suatu penggabungan usaha antara satu atau beberapa badan usaha dengan satu kesatuan tanpa melebur badan usaha tersebut.¹² Namun hal ini justru menimbulkan kekhawatiran terhadap potensi terjadinya praktek persaingan usaha tidak sehat dari merger perusahaan digital, dalam hal ini adalah praktik monopoli. Dalam Pasal 1 Angka 1 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Persaingan Usaha Tidak Sehat (UUPU), pada intinya menjelaskan bahwa monopoli adalah penguasaan atas produksi, pemaksaan barang, maupun penggunaan jasa tertentu oleh pelaku usaha. Monopoli sendiri merupakan suatu praktek yang dilarang karena dapat menghasilkan suatu

¹¹Anisa Anastasya dan Rani Apriani. Pengawasan Terhadap Indikasi Praktek Monopoli Dalam Kegiatan Merger Perusahaan Digital (The Supervision of Monopolistic Practice Indications in Digital Company Merger Activities). Unizar Law Review. Volume 4 Issue 2, December 2021 E-ISSN: 2620-3839

Nationally Accredited Journal (Sinta 5), Decree No. 200/M/KPT/2020.hlm. 146.

¹²*Ibid.* hlm. 146-147 (Lihat H. Zaenal Asyhadie, 2012, Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm. 134).

distorsi pasar.¹³ Praktek merger juga diatur ketentuannya dalam UUPU ini, lebih tepatnya pada pasal 28 ayat (1) yang melarang merger perusahaan yang memiliki akibat persaingan usaha tidak sehat atau monopoli.¹⁴

Praktek monopoli telah dilarang dengan keras untuk dilakukan dalam kegiatan merger perusahaan, namun kenyataannya aspek-aspek penilaian dalam peraturan perundangundangan tersebut masih belum secara signifikan menjelaskan tentang hal-hal apa saja yang bisa menjadi tolak ukur suatu perusahaan yang melakukan kegiatan merger telah atau akan menimbulkan potensi monopoli. Atas hal ini maka perlu diadakannya pengawasan terhadap merger-merger perusahaan digital untuk mengetahui ada atau tidaknya indikasi praktek monopoli terhadap penggabungan usaha tersebut. Maka dari itu pengawasan tersebut wajib dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) secara khusus dikarenakan merger perusahaan digital ini merupakan suatu tantangan besar karena memanfaatkan teknologi jaringan bisnis lintas data. Dengan melihat nilai-nilai dalam pengawasan KPPU atas kegiatan merger yang berpotensi menimbulkan praktek monopoli lah maka dapat dilihat dan dipastikan apakah merger perusahaan digital tersebut terdapat indikasi monopoli atau tidak.¹⁵

Praktek monopoli memiliki arti dimana suatu kekuatan ekonomi difokuskan oleh segelintir atau suatu pelaku usaha yang dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat karena terdapat penguasaan produksi maupun pemasaran atas barang dan jasa.¹⁶ Suatu pelaku usaha dapat dikatakan melakukan hal tersebut jika:¹⁷

- a. Belum ada substitusi terhadap barang atau jasa;
- b. Persaingan usaha barang atau jasa yang tidak dapat dimasuki oleh pelaku usaha dengan usaha barang atau jasa sama;
- c. Penguasaan pasar yang dilakukan oleh pelaku usaha atas jenis barang maupun jasa tertentu lebih dari 50%.¹⁸

Praktek monopoli yang dapat terjadi dalam kegiatan merger perusahaan digital ini tentunya memiliki dampak negatif baik bagi perusahaan yang berjalan di bidang digital yang sama, maupun bagi pihak konsumen. Dampak negatif bagi perusahaan tersebut dapat dilihat dari penguasaan pasar yang

menyebabkan perusahaan yang berjalan di bidang yang sama tersebut kesulitan untuk memasuki pangsa pasar. Sementara dampak negatif yang akan dirasakan konsumen apabila terjadi praktek monopoli dalam penggabungan perusahaan digital ini dapat dilihat dari aspek perlindungan konsumen. Jika kita melihat kembali kedalam hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), di dalamnya telah diatur mengenai konsumen yang berhak memilih barang ataupun jasa. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka konsumen yang seharusnya dapat memilih barang ataupun jasa yang bergerak di bidang yang sama menjadi kesulitan atau bahkan tidak memiliki opsi lain dikarenakan adanya praktek monopoli yang dalam hal ini adalah penguasaan pasar dalam merger perusahaan digital.¹⁹

Hambatan masuk pasar misalnya, hingga saat ini masih banyak perusahaan-perusahaan digital baru yang bergerak di bidang transportasi online maupun e-commerce dapat masuk ke dalam pangsa pasar seperti contohnya jasa ojek online Maxim yang barubaru ini memasuki pangsa pasar dan perkembangannya tidak terganggu sama sekali. Lalu dalam penilaian perilaku anti persaingan, dalam merger grup GoTo yang bergerak di bidang transportasi maupun jual-beli online ini diketahui tidak menutup sama sekali akses pasar bagi pesaingnya, hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan digital yang bergerak di bidang sama yang masih eksis hingga saat ini bahkan tidak kehilangan konsumen-konsumennya akibat kebijakan diskriminatif yang bisa saja dikeluarkan grup GoTo, namun pada faktanya kebijakan diskriminatif tersebut tidaklah dikeluarkan GoTo untuk menutup akses pasar bagi pesaing usahanya, sebagai contoh, Tokopedia masih menyediakan layanan Grab Express sebagai pilihan ekspedisi jasa antar barang yang dapat dipilih konsumen.²⁰

Persaingan yang dimunculkan dari inovasi-inovasi yang dibuat oleh para pelaku usaha lama-kelamaan membentuk suatu era bernama ekonomi digital. Indikasi adanya perekonomian berbasis digital ini adalah adanya kemajuan teknologi yang salah satunya ditandai dengan kehadiran inovasi disruptif (*disruptive innovation*). Istilah inovasi

¹³ *Ibid.* hlm. 147 (Lihat Azhari Akmal Tarigan. (2016). "Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Perspektif Hukum Ekonomi dan Hukum Islam". Jurnal Mercatoria, 9(1), hlm. 57).

¹⁴ *Ibid.* hlm. 147.

¹⁵ *Ibid.* hlm. 147.

¹⁶ *Ibid.* hlm. 149 (Lihat Ahmad Fauzi. (2021). "Pengawasan Praktek Monopoli Sebagai Bentuk Persaingan Usaha Tidak Sehat". Jurnal De Lega Lata, 6(2), hlm. 1456).

¹⁷ *Ibid.* (Lihat Betriks Eva Kalangi. (2017). "Prosedur Penanganan Monopoli dan Persaingan Curang Serta Sanksi Hukum Terhadap Pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999". Jurnal Lex Crimen, VI(1), hlm. 16).

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.* hlm. 149-150.

²⁰ *Ibid.* hlm. 153.

disruptif (*disruptive innovation*) ini pertama kali diperkenalkan oleh seorang Professor dari Harvard bernama Clayton M Christensen dalam artikelnya di *Harvard Business Review*.²¹ bahwa, gagasan *disruptive innovation* ini menggambarkan proses di mana perusahaan yang lebih kecil dengan sumber daya yang sedikit menantang bisnis lama yang sudah mapan yang biasanya hanya terfokus pada layanan pelanggan yang paling menguntungkan dan mengabaikan beberapa sektor kebutuhan yang lain. Para pelaku usaha disruptif mulai menargetkan segmen-segmen yang diabaikan lalu mendapatkan pijakan dengan memberikan fungsionalitas yang lebih cocok dan seringkali lebih murah, kemudian para pelaku usaha tersebut naik ke kelas atas dan memberikan kinerja yang dibutuhkan pelanggan utama yang saat ini ada dan mempertahankan keuntungan yang mendorong keberhasilan mereka. Tahap selanjutnya adalah pelanggan umum mulai beradaptasi dengan kinerja yang ditawarkan oleh pelaku usaha disruptif dan disinilah gangguan mulai terjadi. (terutama pada pasar).²²

Inovasi disruptif ini dapat kita lihat di Indonesia contohnya adalah pada pelaku usaha transportasi online. Contohnya dengan hadirnya transportasi *online* seperti GrabCar, dan Gocar yang mengubah konstelasi persaingan dibidang taksi. Di mana Taksi Online walaupun memiliki pasar bersangkutan dengan Taksi Konvensional namun dengan sistem aplikasi yang digunakannya pelanggan hanya membutuhkan smartphone, aplikasi itu sendiri dan tentunya jaringan internet, dan taksi online tersebut akan tiba tepat di mana pelanggan memesan. Hadirnya transportasi *online* ini harus dilihat pula bahwa pada hakikatnya hukum itu dinamis ia harus bergerak mengikuti kebutuhan dan perkembangan subjek hukum.²³

Dalam konteks ini kita melihatnya dari sisi hukum persaingan usaha, yaitu dengan dipegangnya transportasi *online* oleh dua pelaku usaha ini yaitu Gojek dan Grab dengan struktur duopoli ini, maka industri transportasi *online* perlu diawasi agar tidak melakukan praktik-praktik monopoli. Karena jika terjadi praktik-praktik monopoli, maka transportasi online dapat menimbulkan kerugian besar bagi masyarakat, baik terhadap konsumen, mitra penyedia jasa (pengemudi dan pemilik kendaraan)

maupun pelaku usaha lain atau pelaku usaha transportasi konvensional.²⁴

Budaya konsumtif serta keberadaan dua perusahaan online yaitu Grab dan Gojek sudah kadung melekat di hati para konsumennya di Tanah Air. Ini menjadi alasan mengapa GoJek dan Grab bertumbuh dengan sangat pesat di Indonesia. Tahun 2015 merupakan tonggak sejarah perubahan layanan transportasi publik personal di Indonesia, yaitu dengan perkembangan transportasi *online* yang sangat pesat. Saat ini layanan transportasi publik personal non-online (konvensional) sudah jauh berkurang, dan kemungkinan beberapa waktu mendatang akan tinggal menjadi sejarah. Tahun 2015, Indonesia dilayani 3 perusahaan transportasi *online* yaitu Uber, Grab, dan Go-Jek. Di antara ketiga perusahaan tersebut, nampaknya Go-Jek memiliki pangsa paling besar. Beberapa sumber informasi menyebutkan bahwa tahun 2016 Go-Jek memiliki pangsa pasar lebih dari 50%. Persaingan transportasi online tampaknya cukup ketat. Berdasarkan teori *Structure Conduct Performance* (SCP) persaingan ini semestinya menghasilkan benefit dan kesejahteraan yang cukup baik bagi masyarakat, apakah berupa kualitas layanan, maupun tingkat harga yang sesuai. Meskipun belum ada publikasi data yang akurat, berapa benefit yang diterima masyarakat karena adanya transportasi online ini, namun semakin eksisnya transportasi online merupakan pertanda bahwa masyarakat mendapat manfaat lebih dengan layanan transportasi publik personal online dibanding konvensional. Tahun 2018, terjadi perubahan yang signifikan dalam industri transportasi online. Tahun 2018, tepatnya tanggal 26 Maret, Grab secara resmi mengakuisisi Uber, termasuk Indonesia. Hal ini tentu akan mengubah peta industri transportasi online di Indonesia.²⁵

Struktur yang ada saat ini tinggal ada dua pemain (perusahaan). Dikutip dari laman sumber lain, Go-Jek sekarang telah beroperasi di 207 kota di empat negara di Asia Tenggara, 203 diantaranya berada di Indonesia dan Grab telah hadir di 339 kota di delapan negara, dan 224 ada di Indonesia. Dilansir dari Tirto Id jumlah pengguna gojek hingga tahun 2020 ini adalah sekitar 29,2 Juta per bulan dengan jumlah mitra pengemudi sekitar 2 juta. Sedangkan Grab memiliki jumlah pengguna sekitar 18 Juta dengan mitra sebesar 28 Juta.²⁶ Kendati kedua

²¹Lia Amalia. Perspektif Hukum Persaingan Usaha Terhadap Duopoli Pelaku Usaha Transportasi Online di Indonesia. Widya Yuridika: Jurnal Hukum, P-ISSN: 2615-7586, E-ISSN: 2620-5556 Volume 3, Nomor 2, Desember 2020. hlm. 206 (Lihat Anonim, 2020, What is Disruptive Innovation. URL: <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation/> (25 April 2020, 16: 25 WIB).

²²*Ibid.*

²³*Ibid.* hlm. 206 (Lihat Arpan Zaman, Usaha-Usaha Memasyarakatkan Hukum di Dalam Masyarakat, Jurnal Cendekia Hukum, Volume 2, Nomor 3, Maret 2018, hlm.8).

²⁴ *Ibid.*

²⁵*Ibid.* hlm. 208 (Lihat L. Budi Karmanto. Hukum Persaingan Usaha, Laros, Surabaya, 2008, hlm.136).

²⁶*Ibid.* hlm. 208 (Lihat Zaenudin Ahmad, Kala Grab dan Gojek Goyah Akibat Corona, <https://tirto.id/kala-grab-dan->

perusahaan sama-sama memiliki visi untuk menguasai pasar, namun di pasar Indonesia mereka bisa menjadi pemimpin di pasar yang berakhir dengan duopoli. Dengan struktur duopoli ini maka secara praktis akan sangat mudah bagi perusahaan untuk melakukan strategi dan praktik monopoli dengan membuat kesepakatan di antara dua perusahaan yang ada. Duopoli ini merupakan bentuk paling sederhana dari oligopoli.²⁷

Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak didefinisikan secara eksplisit arti dari oligopoli ini. Namun L. Budi Karmanto melalui bukunya mendefinisikan oligopoli sebagai suatu struktur pasar dimana Sebagian besar komoditi (barang dan jasa) dalam pasar tersebut dikuasai oleh beberapa perusahaan apabila perjanjian tersebut dapat menyatukan perilakunya maka terjadilah struktur pasar yang bersifat oligopoli kolusif (adanya perilaku Bersatu).²⁸

Secara harfiah, pasar oligopoli berarti ada beberapa penjual di pasar.⁹ Sedangkan secara istilah pasar oligopoli dapat diartikan sebagai keadaan di mana hanya ada beberapa perusahaan yang menguasai pasar baik secara independen, maupun diam-diam bekerja sama.²⁹

Adanya larangan perjanjian oligopoli ini terjadi karena menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat dan tidak sesuai dengan tujuan diadakannya persaingan usaha yang sehat yaitu untuk memberikan kesempatan kepada setiap pelaku usaha untuk dapat bersaing secara sehat. Definisi struktur pasar oligopoli terlihat dari karakteristik pasarnya yaitu:

- a. Hanya Sedikit perusahaan dalam industri.
- b. Produknya homogen atau terdiferensiasi.
- c. Pengambilan keputusan yang saling mempengaruhi
- d. Kompetisi non harga.³⁰

Menentukan berapa jumlah perusahaan yang dapat dikatakan bahwa telah terjadi monopoli tersebut secara teoritis sulit untuk menentukannya namun dalam dasar analisis ini biasanya jumlah perusahaan hanya terdapat 2 perusahaan yang berkolusi atau disebut dengan duopoli.³¹ Duopoli cenderung berfungsi lebih baik ketika beroperasi dan bersaing berdasarkan kuantitas produksi alih-alih harga. Ini menghindari potensi masalah hukum dan memungkinkan setiap perusahaan untuk berbagi

dalam laba, mencapai harga dan mencapai ekuilibrium yang relatif stabil dalam pasar duopolistik mereka. Duopoli antara dua perusahaan transportasi online di Indonesia ini yaitu Grab dan Gojek. harus mendapatkan perhatian dari pemerintah karena bukan tidak mungkin Grab dan Go-Jek akan menjadi penentu harga seiring tumbuhnya jumlah pengguna jasa transportasi online yang dapat menyebabkan predatory pricing. Karena konsumen sudah sangat mengandalkan transportasi online ini.³² Salah satu sistem *predatory pricing* yang dapat mereka gunakan adalah kedua perusahaan ini menggunakan *predatory promotion* dan *deep discounting* untuk menarik perhatian masyarakat. melanjutkan, *predatory promotion* sangat berbahaya bagi kelangsungan industri transportasi *online*. Sebab hal tersebut dapat menumbangkan salah satu perusahaan. Dan ditujukan agar mematikan pesaing dan mengarah ke persaingan tidak sehat, Terdapat perbedaan dengan perusahaan konvensional yang melakukan promosi dengan menyisihkan profit untuk menjaga loyalitas konsumen. Sedangkan, promosi oleh perusahaan transportasi online seperti Grab dan Gojek cenderung membakar modal untuk penguasaan pangsa pasar. Terdapat beberapa indikasi dan modus praktek *predatory pricing* yang dilakukan perusahaan transportasi *online*, antara lain promosi berupa diskon hingga mencapai harga yang tidak wajar dan promosi dilakukan dalam jangka waktu lama yang melebihi kelaziman dan terindikasi mematikan pelaku usaha lainnya.³³

Saat ini, jasa di bidang transportasi merupakan industri yang sangat pesat berkembang, baik dalam bentuk barang maupun jasa, transportasi pada masa moderen sedang dikonsumsi secara masal oleh masyarakat dunia. Terlebih bagi negara-negara yang memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi seperti Negara Indonesia. Keperluan setiap orang untuk berpindah tempat dengan cepat membuat konsumsi barang dan jasa transportasi meningkat. Perkembangan teknologi yang mendukung kemajuan dunia transportasi untuk memberi kemungkinan agar seseorang berpindah tempat dengan jarak yang lebih jauh. Di Indonesia semakin bertambahnya tahun semakin banyak orang yang menggunakan kendaraan transportasi untuk membantu kelangsungan hidupnya, baik yang sifatnya umum ataupun milik pribadi, memang hal

gojekgoyah-akibat-corona-fkXg, yang. diakses pada tanggal 7 September 2020, Pukul 21:56 WIB).

²⁷ *Ibid.* hlm. 208.

²⁸ *Ibid.* hlm. 208 (Lihat L. Budi Karmanto. Hukum Persaingan Usaha, Laros, Surabaya, 2008, hlm.136).

²⁹*Ibid.* hlm. 208-209 (Lihat M. Nur Rianto dan Euis Amalia, Teori Mikroekonomi, Kencana, Jakarta, 2010, hlm 137).

³⁰*Ibid.* hlm. 209 (Lihat Pratama Rahardja & Mandala Manurung. Pengantar Ilmu Ekonomi, Universitas Indonesia, Salemba Jakarta, 2008, hlm.175).

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.* hlm. 213.

³³ *Ibid.* hlm. 213-214.

demikian sangat membantu dalam mengefesienkan sedemikian hal dalam hidupnya.³⁴

Seiring berkembangnya teknologi pada jaman sekarang ini, para pelaku usaha membuat suatu inovasi dengan pengadaan jasa transportasi bagi konsumen dengan sistem online. Komersial transportasi publik secara masal merupakan salah satu solusi terhadap permasalahan yang timbul. Sejak kehadirannya di Indonesia antara tujuh hingga tiga tahun lalu, transportasi online hadir dan menjadi primadona para konsumen sebagai solusi menembus kemacetan lalu lintas. Transportasi online merupakan suatu wahana yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk berpindah dari suatu tempat ke tempat lain yang mana terdapat agensi-agensi tertentu yang bertanggungjawab mengenai kepemilikan maupun pengoperasian transportasi yang tersebut dan hal yang paling utama dari transportasi ini adalah jasa transportasi berbasis mesin canggih ini juga dilengkapi dengan fitur yang dapat melacak posisi dari kendaraan tersebut. Dengan demikian, transportasi online bukan terbatas pada kendaraannya saja akan tetapi keseluruhan sistem oprasional perusahaan penyedia layanan.³⁵

Banyaknya muncul perusahaan jasa transportasi online ini, maka terdapat juga peningkatan ruang kerja dan terciptanya keadaan yang lebih sehat antara konsumen dan penyedia jasa dalam dunia komersial jasa transportasi. Dasar inilah yang menjadi alasan mengapa pemberlakuan aturan hukum yang adil dan efektif harus diterapkan dan dijaga oleh pemerintah. Terlebih lagi, sejak pesatnya perkembangan transportasi online berbagai perusahaan berusaha untuk mendominasi pasaran melalui berbagai macam teknik dan prasarana pemasaran masing-masing produk tiap perusahaan.³⁶ Setelah melalui serangkaian proses pembahasan, uji publik, dan sosialisasi, Kementerian Perhubungan Republik Indonesia akhirnya menerbitkan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 108 tahun 2017 yang ditandatangani oleh Menhub pada tanggal 24 Oktober 2017 dan berlaku efektif sejak tanggal 1 November 2017. Peraturan ini dimaksudkan untuk tujuan agar mempermudah masyarakat dalam aksesibilitas akomodasi, sehingga masyarakat dapat menikmati pelayanan akomodasi yang selamat, aman, nyaman, tertib, lancar serta mudah dijangkau.³⁷ Dengan bantuan teknologi, transportasi *online* yang merupakan sebuah bentuk transportasi online memiliki keunggulan

dibandingkan transportasi konvensional. Keunggulan ini kemudian ditingkatkan melalui kegiatan promosi-promosi yang sering digunakan untuk menarik minat konsumen. Menurut Fandy Tjiptono, Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.³⁸

Para pelaku usaha yang menggunakan promosi sebagai strategi untuk meningkatkan pasaran merupakan hal yang biasa dilakukan dalam persaingan usaha. Namun, dewasa ini strategi promosi kerap dilakukan oleh pelaku usaha khususnya dalam hal ini adalah pelaku usaha jasa transportasi online yang menggunakan promosi untuk menutupi persaingan usahanya yang dilakukan secara tidak sehat, yakni praktik *predatory pricing*. Pelaku usaha tersebut mengadakan promosi dengan cara menurunkan harga yang serendah-rendahnya dan kerap kali dengan waktu yang sangat lama. Dengan demikian pelaku usaha lain tidak mampu untuk bersaing, sehingga dapat mematikan usaha pesaingnya dan pelaku usaha yang baru akan sulit untuk masuk ke pasaran.³⁹ Namun, akan sulit untuk dapat dibuktikan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha jasa transportasi online tersebut adalah suatu strategi pemasaran yang hanya bertujuan untuk menarik minat para konsumen atau merupakan praktik *predatory pricing* yang tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan banyak konsumen tetapi juga untuk menjatuhkan atau mematikan pesaing-pesaingnya. Hal tersebut karena saat ini belum ada pengaturan yang jelas mengenai kegiatan promosi tersebut. Dalam UU No. 5 Tahun 1999 tidak terdapat pengaturan tentang strategi promosi tersebut, meskipun pada pasal 20 telah diatur mengenai praktik *predatory pricing* (jual rugi).⁴⁰

Pengaturan *predatory pricing* dalam persaingan usaha di Indonesia yakni menggunakan Pasal 20 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat untuk mengatur penerapan persaingan usaha yang berkembang seperti praktik *predatory pricing* yang berarti strategi usaha menetapkan harga yang sangat rendah untuk barang dan atau jasa yang dihasilkan dalam suatu periode yang cukup

³⁴Ni Putu Yuley Restiti, Ni Luh Made Mahendrawati dan Ni Made Sukaryati Karma. Pengaturan *Predatory Pricing* Transportasi Online Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Analogi Hukum*, 3 (1) (2021), 129–134. hlm. 132.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ *Ibid.*

³⁷ *Ibid.*

³⁸ *Ibid.* hlm. 132-133 (Lihat Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi).

³⁹ *Ibid.* hlm. 133.

⁴⁰ *Ibid.*

lama, untuk menyingkirkan pelaku usaha lain yang menjadi pesaing-pesaingnya dari pasar, atau juga untuk menghambat pelaku usaha lain masuk ke dalam pasar tersebut. Tindakan ini merupakan sebuah bentuk persaingan usaha tidak sehat yang sudah jelas dilarang berdasarkan Pasal 20 UU No 5 Tahun 1999 tersebut. Dengan demikian pengaturan tentang pelarangan kegiatan atau tindakan *Predatory Pricing* dalam dunia usaha sudah jelas dilarang dalam penerapan hukum Indonesia.⁴¹

Relevansi promosi sebagai sarana pemasaran transportasi online terhadap pengaturan hukum predatory pricing yaitu UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, namun seiring perkembangan jaman muncullah sebuah bentuk tindakan baru dalam dunia usaha yang mengarah pada predatory pricing yakni tindakan promosi yang berlebihan. Penerapan promosi berlebihan dengan harga sangat rendah yang memiliki unsur *predatory pricing* dalam dunia usaha transportasi online merupakan hal baru yang masih belum diatur dalam jajaran peraturan perundang-undangan, dengan demikian terdapat kekosongan norma dalam hukum Indonesia. Tindakan promosi yang berlebihan dengan harga yang sangat rendah membuat pesaing usaha dalam bidang transportasi online sulit bersaing dalam dunia usaha.⁴²

Perkembangan jaman dan teknologi membawa hal positif dan negatif dalam perkembangan dunia usaha di Indonesia. Diperlukannya tanggapan yang cepat dari pemerintah untuk menjaga kesetabilan perkembangan dunia usaha yang dapat mempengaruhi ekonomi negara. Dalam hal tindakan promosi berlebihan dengan harga yang sangat rendah pemerintah haruslah menetapkan sebuah aturan hukum guna mengatur tindakan tersebut guna menghindari terjadinya praktik *predatory pricing*. Aturan hukum yang dimaksud adalah aturan dalam jajaran peraturan perundang undangan dan pengaturan peraturan pelaksanaan yang digunakan sebagai standar operasional prosedur untuk melakukan persaingan usaha khususnya dalam dunia transportasi *online*.⁴³

Kehadiran moda transportasi baru, yaitu transportasi berbasis aplikasi atau yang dikenal sebagai transportasi online memberikan pilihan kepada masyarakat yang awalnya hanya

menggunakan transportasi konvensional (angkot, taksi, bentor, dan ojek). Pemesanan alat transportasi via aplikasi di smartphone memberikan kepraktisan kepada konsumen dalam penggunaan transportasi online. Transparansi identitas pengemudi dan kendaraan serta posisi rute transportasi online membuat konsumen berkendara dengan jelas dan aman. Kendaraan yang berstandar dan ketersediaan customer service membangun kepercayaan konsumen dalam penggunaan moda transportasi online.⁴⁴

Penggunaan transportasi *online* memberikan kenyamanan kepada konsumen karena pengguna dibuat seolah tidak sedang menggunakan angkutan umum, melainkan seakan berkendara dengan mobil pribadi. Ini semakin diperkuat dengan adanya asuransi kehilangan barang di kendaraan dan asuransi kecelakaan bagi pengemudi maupun penumpang transportasi online. Berbagai ragam fitur yang tersedia semakin menambah keunikan transportasi online. Tarif transportasi *online* yang relatif lebih murah dibandingkan dengan transportasi konvensional serta diskon dan promo membuat konsumen semakin tertarik untuk menggunakannya. Transportasi *online* menjadi lahan pekerjaan baru bagi para pencari kerja dan juga pekerjaan sampingan bagi yang memiliki pekerjaan.⁴⁵

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi berbasis aplikasi *online* sebelumnya diatur dalam Surat Pemberitahuan Nomor: UM.3012/1/21/Phb/2015 tanggal 9 November 2015 yang dikeluarkan oleh Menteri Perhubungan Republik Indonesia Bapak Ignasius Jonan.⁴⁶ Namun, Surat Pemberitahuan tersebut menuai pro maupun kontra yang mengakibatkan terjadinya perdebatan keras hingga bentrokan antar kepentingan transportasi online dan transportasi konvensional. Oleh karena itu, untuk menengahi konflik di kalangan masyarakat terkait kehadiran taksi *online*, pemerintah melalui Menteri Perhubungan dan Komisi V DPR RI akhirnya resmi menerbitkan aturan regulasi terbaru mengenai transportasi umum, yakni melalui Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) No. 32 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek seperti taksi, angkutan sewa, carter, pariwisata, dan termasuk di dalamnya layanan taksi *online*.⁴⁷ Taksi

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴Amaliyah, Fauziah P. Bakti, Rezky Amalia Syafiin dan Kun Arfandi Akbar. Tantangan dan Perkembangan Jasa Taksi Online: Perspektif Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan

Usaha Tidak Sehat. Amanna Gappa, Vol.27. No. 1. Maret 2019. P-ISSN: 0853-1609, E-ISSN: 2549-9785. hlm. 17.

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶*Ibid* (Lihat Andika Wijaya, Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online, (Jakarta: Sinar Grafika), 2016, hlm. 4).

⁴⁷*Ibid* (Lihat Permenhub No. 32 Tahun 2016 mulai berlaku pada tanggal 1 oktober 2016 berikut 4 poin pentingnya

Online adalah taksi yang dapat dipesan melalui jaringan internet.⁴⁸ Jasa transportasi taksi online memiliki 3 bagian penting, yaitu:⁴⁹

- a. Penyedia Aplikasi (Penyelenggara Sistem Elektronik) Penyedia aplikasi jasa taksi *online* merupakan penyelenggara sistem elektronik sebagai penghubung *driver* kendaraan dengan para pengguna jasa, yang merupakan bagian inti dari lahirnya jasa taksi *online* ini. Perusahaan penyedia aplikasi juga diwajibkan memberi akses monitoring pelayanan, data seluruh perusahaan angkutan umum yang bekerja sama, data seluruh kendaraan dan pengemudi, dan alamat kantornya sendiri.
- b. Pengemudi (driver) Kedudukan pengemudi (driver) adalah perseorangan yang berdiri sendiri selaku pemilik kendaraan atau penanggung jawab terhadap kendaraan yang digunakan. Driver memanfaatkan aplikasi yang telah disediakan perusahaan penyedia aplikasi online untuk mendapatkan pesanan (pesanan yang diterima akan tercantum alamat yang dituju, nama, nomor *handphone* dan foto pengguna layanan).⁵⁰
- c. Pengguna layanan jasa transportasi berbasis aplikasi online Pengguna layanan jasa transportasi *online* adalah masyarakat yang umumnya membutuhkan pelayanan transportasi yang cepat, aman, nyaman dan murah. Pengguna jasa taksi online ini harus mengunduh dan menginstal lebih dahulu aplikasi jasa taksi *online* serta melakukan pendaftaran.

Lahirnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat merupakan wujud semangat menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat bagi pelaku usaha. Adapun tujuan yang terkandung di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, diantaranya:

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. 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;

- c. Mencegah praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha;
- d. Terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.⁵¹

Transportasi online dengan berbagai bentuk kemudahannya memang masih menyisakan masalah di bidang hukum. Transportasi online sering dianggap illegal karena belum jelasnya payung hukum pada sistem transportasi online ini. Permasalahan ini terjadi karena lambatnya respon pemerintah dalam merespon keberadaan transportasi online yang terus berkembang ini. Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 16 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 117 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Tidak Dalam Trayek,⁵² merupakan salah satu payung hukum yang dibuat pemerintah untuk transportasi online. Peraturan ini dibuat untuk mengatur jenis penyelenggaraan, perusahaan, pelayanan angkutan umum menggunakan aplikasi berbasis online atau teknologi informasi, mengawasi angkutan umum dan juga peran serta masyarakat dan sanksi administrasi. Pada saat ini Peraturan Menteri tersebut dirasa cukup mengakomodir segala pengaturan terkait transportasi online tersebut. Dengan adanya payung hukum ini maka seluruh pelaku bisnis transportasi online ini tidak lagi di bayang bayangi rasa takut akan ke legalan usaha yang di jalan raya. Para pelaku usaha di bidang transportasi *online* ini juga saling berebut konsumen dengan caranya sendiri sendiri. Akan tetapi perlu adanya kebijakan dari pemerintah selaku nahkoda dari Negara untuk membatasi penggunaan kendaraan berbasis *online* karena semakin banyak transportasi online yang beroperasi di jalan raya, maka tidak menutup kemungkinan UU Nomor 22 Tahun 2009 mengatur antara lain penyelenggaraan Lalu Lintas Angkutan, pembinaan Lalu Lintas Angkutan Jalan, keharusan menyediakan angkutan umum, perusahaan angkutan, dll. Apabila melihat pengertian tersebut, maka yang dimaksud dengan angkutan umum dalam Pasal 138 ayat (3) UU Nomor 22 Tahun 2009 telah dibahas tentang pengertian angkutan umum, dinyatakan bahwa angkutan umum barang dan atau orang hanya dapat dilakukan

<https://www.kaskus.co.id/thread/57eb8a8a582b2e82048b4567/> permenhub-no-32-tahun-2016-resmiberlaku-oktober-2016-berikut-4-poin-pentingnya/diakses pada tanggal 11 Maret 2017).

⁴⁸*Ibid* (Lihat Adler, Hans A, 1980, Evaluasi Ekonomi Proyek-Proyek Pengangkutan (Terjemahan Paul Sitohang), Jakarta: UI Press, hlm. 31).

⁴⁹ *Ibid*.

⁵⁰ *Ibid*. hlm. 17-18.

⁵¹ *Ibid*. hlm. 19.

⁵²Muhamad Arif Fahmi, Ahmad Munir dan Ainul Masruroh. Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Transportasi Online Dalam Industri 4.0. Mimbar Yustitia Vol. 3 No. 2 Desember 2019 P-ISSN 2580-4561 (Paper) E-ISSN 2580-457X (Online) hlm. 140 (Lihat Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 310. Selanjutnya disingkat Permenhub Nomor 16 Tahun 2019).

dengan kendaraan bermotor Umum. Kendaraan yang fungsinya pribadi atau plat hitam (sepeda motor, mobil penumpang, mobil barang) dengan menggunakan aplikasi online atau internet bukanlah termasuk dalam jenis angkutan umum sebagaimana yang termuat dalam UU No. 22 Tahun 2009.⁵³

Banyaknya perusahaan di bidang transportasi online, maka Menteri Perhubungan membuat peraturan tentang tarif atas dan tarif bawah yang harus dibayar oleh konsumen. Terkait dengan penetapan pembatasan tarif bawah dan atas atas ojek *online* dari pemerintah atau Menteri Perhubungan, tidak adanya bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha transportasi *online* yang diatur dalam Permenhub Nomor 16 Tahun 2019 berkaitan penyelenggaraan kegiatan taksi berbasis *online*. KPPU mendukung pemerintah dalam hal ini Kementerian Perhubungan, untuk menetapkan pengaturan yang dapat menjamin kesempatan berusaha yang sama bagi semua pelaku usaha penyedia jasa angkutan taksi, baik konvensional maupun *online* yang dikategorikan sebagai angkutan sewa khusus. KPPU dalam hal ini sebagai lembaga independen berhak mengusulkan kepada pemerintah untuk menghapus kebijakan penetapan batas bawah tarif yang selama ini diberlakukan untuk taksi konvensional. Sebagai gantinya, wasit persaingan usaha ini menyarankan agar pemerintah mengatur penetapan batas atas tarif saja. Penetapan tarif batas bawah akan mengakibatkan ketidakefisienan di industri jasa angkutan taksi secara keseluruhan, sehingga bermuara pada mahalannya tarif bagi konsumen. Tarif batas bawah juga menghambat inovasi untuk meningkatkan efisiensi industri jasa transportasi. Lebih jauh batas bawah tarif dapat menjadi sumber inflasi.⁵⁴

B. Bentuk-Bentuk Perjanjian Yang Dilarang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, seperti; Oligopoli, Penetapan Harga, Pembagian Wilayah, Pemboikotan, Kartel, Trust, Oligopsoni, Integrasi Vertikal, Perjanjian Tertutup dan Perjanjian Dengan Pihak Luar Negeri. Oligopoli, diatur dalam Pasal 4 ayat:

(1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang

dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

(2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa, sebagaimana dimaksud ayat (1), apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Penetapan Harga, diatur dalam Pasal 5 ayat:

(1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.

(2) Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi:

- a. suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan; atau
- b. suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku.

Pasal 6. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama. Pasal 7. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Pasal 8. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, sebenarnya sudah mengatur persaingan usaha seperti apa yang dikatakan tidak sehat. Pasal 20 mengatur bahwa pelaku usaha dilarang menjual dengan kerugian atau mengenakan harga yang sangat rendah lebih rendah dari harga produksi untuk menyediakan barang dan/atau jasa guna menghilangkan atau menutup usaha pesaingnya di pasar bersangkutan, sehingga menimbulkan perilaku

⁵³ *Ibid.* hlm. 141 (Lihat Endang Wahyusetyawati, "Dilema Pengaturan Transportasi Online", RechtsVinding, tanpa Vol. Tahun. dan Hal. Diakses dalam file:///E:/ KPPU/Teknologi%20

keuangan%20digital/TRANSPORTASI%20ONLINE_ENDANG.pdf).

⁵⁴ *Ibid.* hlm. 141-142.

monopoli dan/atau ketidakadilan persaingan usaha.⁵⁵

Undang-Undang tentang Persaingan Usaha ini mengatur bahwa pelaku usaha dilarang untuk melakukan kegiatan usaha dengan strategi pemasaran jual rugi (*Predatory Pricing*) untuk memikat konsumen dan melindungi posisinya. Strategi jual rugi tersebut dapat melemahkan pesaing lainnya, sehingga sangat efektif untuk pelaku usaha mempertahankan posisi sebagai pelaku usaha yang dominan.⁵⁶

Praktik jual rugi atau *predatory pricing* tidak selalu bertentangan dengan aturan hukum tentang larangan jual rugi yang tertera dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Persaingan Usaha dan Praktik Monopoli karena harus ditelaah. Hal tersebut bisa saja dalam melakukan penjualan dengan harga yang rendah sebenarnya merupakan persaingan yang sangat kompetitif dengan pelaku usaha yang lain. Persaingan antar pelaku usaha dalam memperebutkan konsumen dapat menjadi landasan fundamental bagi sebuah kinerja rata-rata jangka panjang dan disebut juga dengan keunggulan bersaing.⁵⁷ Strategi *predatory pricing* yang dikatakan melanggar peraturan persaingan usaha adalah jual rugi yang mengakibatkan pelaku usaha baru sulit untuk muncul di pasar yang sama atau dalam kata lain sulitnya pesaing baru untuk muncul dan pelaku usaha lain yang sudah jatuh sulit untuk bangkit kembali sehingga akan mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat atau bahkan berpeluang untuk menjadi pasar monopoli sehingga pelaku usaha yang menerapkan jual rugi dapat mengatur harga dengan bebas.⁵⁸

Secara garis besar, teknik *predatory pricing* dilakukan dalam 3 tahapan, yaitu sebagai berikut:

- a. Perusahaan A akan memberikan tarif atau harga barang atau jasa yang mereka sediakan dengan sangat rendah atau bahkan bisa dikatakan merugi dengan tujuan agar perusahaan pesaingnya (B, C, D) akan mundur atau tertekan;
- b. Ketika perusahaan pesaing (B, C, D) sudah tidak bisa bersaing lagi karena konsumen lebih memilih untuk mengkonsumsi atau menggunakan jasa dari perusahaan A, maka pada waktu itu

perusahaan A mulai menjadi pelaku usaha tunggal karena yang lain mulai jatuh;

- c. Ketika perusahaan A menjadi pelaku usaha tunggal karena tidak ada yang bisa menyainginya, maka pelaku usaha A ini bebas untuk memainkan harga karena bagaimanapun juga konsumen akan datang kepadanya. Hal tersebut bertujuan untuk menutup kerugian saat melakukan jual rugi.⁵⁹

Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Persaingan Usaha dan Praktik Monopoli menyebutkan bahwa: "Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang atau jasa dengan harga sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan pelaku usaha pesaingnya sehingga dapat mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat dan/atau praktik monopoli".⁶⁰

Gojek tidak kehilangan pesaing dan bahkan pada tahun 2018 muncul pesaing baru. Hal tersebut menunjukkan bahwa disini Gojek masih melakukan persaingan usaha yang sehat dan menggunakan praktik pemberian *voucher* promo sebagai strategi pemasaran saja. Apabila pelaku usaha mampu melakukan persaingan usaha yang sehat, maka akan dipastikan bahwa pelaku usaha tersebut akan berusaha meningkatkan kualitas layanan sehingga memiliki daya saing yang hebat.⁶¹

Dibuatnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat berfungsi supaya para pelaku usaha di Indonesia dapat bersaing dengan sehat sehingga memunculkan pasar dengan persaingan sempurna, hal tersebut tidak lepas dari tujuan untuk mengantisipasi kerugian yang diderita oleh masyarakat dalam hal ini sebagai konsumen atau untuk para pelaku usaha itu sendiri. Keberadaan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentunya memerlukan pengawas untuk menegakkan atau memastikan dijalankan dengan benar. Ketika Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mulai diberlakukan maka dibentuklah Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau biasa dikenal dengan singkatan KPPU yang memiliki fungsi memastikan dan melakukan

⁵⁵Hanif Fikri Indratma. Pemberian Voucher Promo oleh Gojek Ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha. *Media of Law and Sharia*, Vol.2, No. 4, 346-367. September 2021. hlm. 348-349.

⁵⁶*Ibid.* hlm. 349.

⁵⁷*Ibid.* hlm. 359 (Lihat Ibrahim, J. (2007). *Hukum Persaingan Usaha Filosofi, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia*. Malang. Bayu Media. h.102-103).

⁵⁸*Ibid.* hlm. 359 (Lihat Ibrahim, J. (2007). *Hukum Persaingan Usaha Filosofi, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia*. Malang. Bayu Media. h.104).

⁵⁹*Ibid.* hlm. 359 (Lihat Ibrahim, J. (2007). *Hukum Persaingan Usaha Filosofi, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia*. Malang. Bayu Media. h.105).

⁶⁰*Ibid.* hlm. 360-361.

⁶¹*Ibid.* hlm. 361 (Lihat Hermansyah. (2008). *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta. Kencana Prenada Media. h.10).

pengawasan terhadap ditegakkannya ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.⁶²32

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pembagian Wilayah, diatur dalam Pasal 9. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Penjelasan Pasal 9. Perjanjian dapat bersifat vertikal atau horizontal. Perjanjian ini dilarang karena pelaku usaha meniadakan atau mengurangi persaingan dengan cara membagi wilayah pasar atau alokasi pasar. Wilayah pemasaran dapat berarti wilayah negara Republik Indonesia atau bagian wilayah negara Republik Indonesia misalnya kabupaten, provinsi, atau wilayah regional lainnya. Membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar berarti membagi wilayah untuk memperoleh atau memasok barang, jasa, atau barang dan jasa, menetapkan dari siapa saja dapat memperoleh atau memasok barang,

Pemboikotan, diatur dalam Pasal 10 ayat:

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.
- (2) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya, untuk menolak menjual setiap barang dan atau jasa dari pelaku usaha lain sehingga perbuatan tersebut:
 - a. merugikan atau dapat diduga akan merugikan pelaku usaha lain; atau
 - b. membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dan atau jasa dari pasar bersangkutan.

Kartel, diatur dalam Pasal 11. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Trust, diatur dalam Pasal 12. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk melakukan kerja sama dengan

membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Oligopsoni, diatur dalam Pasal 13 ayat:

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan atau jasa dalam pasar bersangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Integrasi Vertikal, diatur dalam Pasal 14. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidak langsung, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat.

Penjelasan Pasal 14. Yang dimaksud dengan menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi atau yang lazim disebut integrasi vertikal adalah penguasaan serangkaian proses produksi atas barang tertentu mulai dari hulu sampai hilir atau proses yang berlanjut atas suatu layanan jasa tertentu oleh pelaku usaha tertentu. Praktek integrasi vertikal meskipun dapat menghasilkan barang dan jasa dengan harga murah, tetapi dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat yang merusak sendi-sendi perekonomian masyarakat. Praktek seperti ini dilarang sepanjang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat.

Perjanjian yang dilarang, integrasi vertikal merupakan satu dari berbagai perjanjian yang dilarang. Integrasi vertikal merupakan satu dari

⁶²*Ibid.* hlm. 361 (Lihat Setyaningsih, E., Ismawan, E., & Hidayat, T. (2019). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan. *Jurnal Sistem Informasi*,3(1).

berbagai perjanjian yang dilarang. Integrasi vertikal atau *vertical integration* merupakan penggabungan dua atau lebih perusahaan menjadi satu perusahaan yang aktivitasnya berhubungan secara vertikal. Hal ini meliputi pengadaan bahan baku dan sumber daya lain, proses produksi, hingga pemasaran ke konsumen pengguna barang dan jasa. Kombinasi atau gabungan perusahaan dimaksudkan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu seperti meningkatkan efisiensi, memperkokoh pertumbuhan, dan memperoleh bahan mentah yang teratur.⁶³

Pengertian lain mengenai integrasi vertikal, yaitu suatu penguasaan serangkaian proses produksi atas barang tertentu mulai dari hulu sampai hilir atau proses yang berlanjut atas suatu layanan jasa tertentu oleh pelaku usaha tertentu. Praktek ini dianggap dapat menimbulkan persaingan curang yang dapat merusak sendi-sendi perekonomian masyarakat.⁶⁴ Selain itu, dampak buruk yang ditimbulkan oleh integrasi vertikal juga dapat menyebabkan terjadinya praktek monopoli.⁶⁵

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Perjanjian Tertutup, diatur dalam Pasal 15 ayat:

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa hanya akan memasok atau tidak memasok kembali barang dan atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan atau pada tempat tertentu.
- (2) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok.
- (3) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian mengenai harga atau potongan harga tertentu atas barang dan atau jasa, yang memuat persyaratan bahwa pelaku usaha yang menerima barang dan atau jasa dari pelaku usaha pemasok:
 - a. harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok; atau
 - b. tidak akan membeli barang dan atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing dari pelaku usaha pemasok.

Penjelasan Pasal 15 ayat (1) Yang termasuk dalam pengertian *memasok* adalah menyediakan pasokan, baik barang maupun jasa, dalam kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli, dan sewa guna usaha (*leasing*).

Perjanjian Dengan Pihak Luar Negeri, diatur dalam Pasal 16. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain di luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Tugas dan wewenang komisi pengawas persaingan usaha terhadap transportasi *online*, dalam pelaksanaannya memerlukan kecermatan dan ketelitian agar pelaksanaan kegiatan transportasi online, seperti melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat atau penyalahgunaan posisi dominan termasuk, menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum, keadilan dan kemanfaatan bagi masyarakat. Oleh karena itu diperlukan pemahaman yang jelas mengenai bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tugas dan wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha terhadap transportasi *online*, meliputi upaya melakukan penilaian terhadap perjanjian, melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha, dan penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat serta mengambil tindakan sesuai dengan kewenangan Komisi Pengawas Persaingan Usaha serta memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha, meliputi menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha, melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan

⁶³ Vanessa dan Ariawan. Analisis Terhadap Integrasi Vertikal Ditinjau Dari Pasal 14 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 13/KPPU-I/2019). Jurnal Hukum Adigama.

Volume 3 Nomor 2, Desember 2020 E-ISSN: 2655-7347 | P-ISSN: 2747-0873.hlm. 140.

⁶⁴*Ibid* (Lihat Munir Fuady, Hukum Anti Monopoli-Menyongsong Era Persaingan Sehat, Cetakan ke-1, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 67-68).

⁶⁵ *Ibid*.

terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat serta melakukan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli.

2. Bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, diantaranya, pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat atau patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa, menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

B. Saran

1. Pelaksanaan tugas dan wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha terhadap transportasi *online*, perlu dilakukan secara cermat dan teliti agar bukti-bukti yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Oleh karena itu diperlukan adanya keterangan dari instansi pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan serta meneliti, dan atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan dan memutuskan atau menetapkan ada atau tidak adanya kerugian baik di pihak pelaku usaha atau masyarakat dan memberitahukan putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
2. Pelaksanaan bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perlu

memperhatikan larangan terhadap pelaku usaha yang menjual dengan kerugian atau mengenakan harga yang sangat rendah lebih rendah dari harga produksi untuk menyediakan barang dan/atau jasa guna menghilangkan atau menutup usaha pesaingnya di pasar bersangkutan, sehingga menimbulkan perilaku monopoli dan/atau ketidakadilan persaingan usaha. Strategi pemasaran jual rugi (*predatory pricing*) untuk memikat konsumen dan melindungi posisinya. Cara ini dapat melemahkan pesaing lainnya, sehingga pelaku usaha dapat mempertahankan posisinya sebagai pelaku usaha yang dominan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ibrahim Johnny, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Citra Aditya Bakti. Bandung. 2007.

Jurnal:

Afriana Anita, Agus Mulya Karsona dan Sherly Ayuna Putri. Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Dan Penyelesaian Sengketa. *Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Fakultas Hukum Unpad* ISSN: 2614-3542 EISSN: 2614-3550 Volume 4, Nomor 1, Desember 2020.

Amalia Lia. Perspektif Hukum Persaingan Usaha Terhadap Duopoli Pelaku Usaha Transportasi Online di Indonesia. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, P-ISSN: 2615-7586, E-ISSN: 2620-5556 Volume 3, Nomor 2, Desember 2020.

Amaliyah, Fauziah P. Bakti, Rezky Amalia Syafiin dan Kun Arfandi Akbar. Tantangan dan Perkembangan Jasa Taksi Online: Perspektif Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Amanna Gappa*, Vol.27. No. 1. Maret 2019. P-ISSN: 0853-1609, E-ISSN: 2549-9785.

Anastasya Anisa dan Rani Apriani. Pengawasan Terhadap Indikasi Praktek Monopoli Dalam Kegiatan Merger Perusahaan Digital (The Supervision of Monopolistic Practice Indications in Digital Company Merger Activities). *Unizar Law Review*. Volume 4 Issue 2, December 2021 E-ISSN: 2620-3839 Nationally Accredited Journal (Sinta 5), Decree No. 200/M/KPT/2020.

Fahmi Arif Muhamad, Ahmad Munir dan Ainul Masruroh. Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Transportasi Online Dalam Industri 4.0. *Mimbar Yustitia* Vol. 3 No. 2 Desember 2019 P-ISSN 2580-4561 (Paper) E-ISSN 2580-457X (Online).

- Indratma Fikri Hanif. Pemberian Voucher Promo oleh Gojek Ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha. *Media of Law and Sharia*, Vol.2, No. 4, 346-367. September 2021.
- Restiti Putu Yuley Ni, Ni Luh Made Mahendrawati dan Ni Made Sukaryati Karma. Pengaturan Predatory Pricing Transportasi Online Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Analogi Hukum*, 3 (1) (2021), 129–134.
- Vanessa dan Ariawan. Analisis Terhadap Integrasi Vertikal Ditinjau Dari Pasal 14 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 13/KPPU-I/2019). *Jurnal Hukum Adigama*. Volume 3 Nomor 2, Desember 2020 E-ISSN: 2655-7347 | P-ISSN: 2747-0873.
- Pribadiono Agus. Transportasi *Online* Vs Transportasi Tradisional *Nononline* Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi Oleh Penyelenggara *Online*. *Lex Jurnalica*, Volume 13 Nomor 2, Agustus 2016.